



Escuela Universitaria  
de **Turismo**

---

# **ALTAMIRA**

## **GRADO EN TURISMO**

**Trabajo Fin de Grado**

Curso académico 2020/2021

---

**SAÚL CANAL GARCÍA**

**TURISMO LGTBIQ+. CONVERSION A SEGMENTO DE MERCADO**

**LGBTIQ+ TOURISM. THE CONVERSION TO A MARKET SEGMENT**

*"Que viva el que ama; Que se muera quien no sabe amar. Dos veces perezca todo el que pone obstáculos al amor "Grafiti ruinas de Pompeya.*

**DIRECTORA: Doña María Cristina Torre Balseiro**



Escuela Universitaria  
de **T u r i s m o**

---

**ALTAMIRA**

**GRADO EN TURISMO**

**Trabajo Fin de Grado**

**Curso académico 2020/2021**

Fecha de entrega: 02/09/2021

---

**AUTOR: Saúl Canal García**

**TÍTULO: Turismo LGTBIQ+. Conversión a Segmento de Mercado**

**DIRECTORA: Doña María Cristina Torre Balseiro**

---

**TRIBUNAL:**

**Nombre:**

**Firma:**

**Nombre:**

**Firma:**

*En Santander a*

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer a Marian, la secretaria de la escuela por haberme animado a terminar con esta asignatura antes de que fuera "demasiado tarde".

Al profesorado de la escuela, especialmente a Cristina, por su paciencia y respeto con la conciliación de la vida laboral.

Por último a mis padres por estar siempre conmigo e insistirme en terminar las cosas.



## **RESUMEN**

*"Si el colectivo LGTBIQ+ fuera un país, sería la tercera o cuarta potencia mundial",* Así lo expone el informe de LGTBIQ+ 350 a LGTBIQ+ 400: **"Orgullo y rendimiento empresarial"**, publicado este jueves por Credit Suisse **(CS)** en el periódico El País.

El presente TFG, tiene como objeto profundizar en el turismo LGTBIQ+, poniendo de manifiesto su importancia dentro de la industria turística y habiéndose llegado a convertir con el paso del tiempo, y a través de la historia en un segmento de mercado imposible de obviar.

Las empresas de servicios se especializan cada vez más en un segmento que demanda servicios concretos y una oferta de ocio ajustada a sus necesidades.

Cada vez son más los destinos que se consolidan a nivel mundial ajustando su oferta a un segmento con un alto poder adquisitivo y una alta tendencia al consumismo en todas sus vertientes dadas sus circunstancias y modelos de vida, que también analizaremos.

Durante el estudio, se analizará la historia y evolución de este segmento a nivel mundial, y en nuestro país, analizando el perfil del turista LGTBIQ+, la oferta turística que existe actualmente y sus principales destinos, eventos y ferias, demostrando la aportación que el mismo hace al cómputo total del PIB a nivel mundial y tomando conciencia de la importancia de no cesar en seguir buscando fórmulas innovadoras que permitan mantener al segmento, por excelencia de la industria turística en la actualidad.

**Palabras clave:** Turismo LGTBIQ+; Nuevos mercados; Stonewall; Gay Friendly; Turista LGTBIQ+.

## **ABSTRACT**

"If the LGTBIQ+I collective were a country, it would be the third or fourth world power", this is how the report from LGTBIQ+ 350 to LGTBIQ+ 400 states: ***"Pride and business performance"***, published this Thursday by Credit Suisse **(CS)** in the newspaper El Pais.

The present TFG aims to delve a little deeper into LGTBIQ+I tourism, highlighting its importance within the tourism industry and having become over time, and through history, a market segment impossible to ignore. .

Service companies are increasingly specializing in a segment that demands specific services and a leisure offer tailored to its needs.

More and more destinations are consolidated worldwide by adjusting their offer to a segment with high purchasing power and a high tendency to consumerism in all its aspects, given their circumstances and life models, which we will also analyze.

During our study, we will analyze the history and evolution of this segment worldwide, and in our country, analyzing the profile of the LGTBIQ+ tourist, the tourist offer that currently exists and its main destinations, events and fairs, demonstrating the contribution that it makes to the total calculation of GDP worldwide and becoming aware of the importance of continuing to search for innovative formulas that allow to maintain the segment, par excellence of the tourist industry today.

**Keywords:** Turismo LGTBIQ+; Nuevos mercados; Stonewall; Gay Friendly; Turista LGTBIQ+.

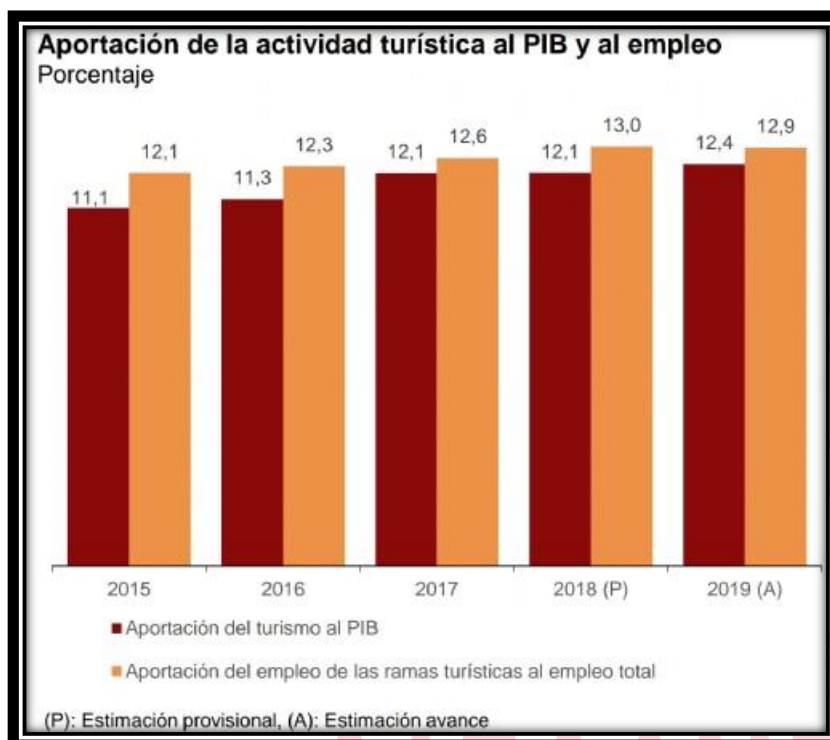
## INDICE

<b>1 INTRODUCCIÓN</b>	5
1.1 Significado de la Palabra LGTBIQ+	7
1.2 Finalidad	9
1.3 Objetivos	10
1.4 Marco teórico/histórico	11
<b>2 METODOLOGÍA</b>	18
<b>3 HISTORIA Y EVOLUCIÓN</b>	19
3.1 Historia y evolución en el tiempo	19
3.2 Historia y evolución en España	31
<b>4 DESARROLLO</b>	36
4.1 Perfil del turista LGTBIQ+	36
4.1.1 Principales destinos turísticos LGTBIQ+ a nivel mundial	38
4.2.2 Principales destinos turísticos LGTBIQ+ en España	48
<b>5 MARKETING Y FERIAS ESPECIALIZADAS</b>	61
5.1 Feria Internacional del Turismo ( FITUR), Madrid	65
<b>6 CONCLUSIONES Y PROPUESTAS/RECOMENDACIONES</b>	67
<b>7 ÍNDICE DE IMÁGENES/GRÁFICOS/TABLAS</b>	69
<b>8 REFERENCIAS</b>	71
8.1 Bibliografía	71
8.2 Webgrafía	73
<b>9 ANEXOS</b>	74
9.1 Anexo Entrevista Juan Julia. Presidente Axel Hoteles	74

## 1. **INTRODUCCIÓN**

El peso del **turismo** alcanzó los 154.487 millones de euros en **2019**, lo que supuso el 12,4% del **PIB**. Las ramas características del **turismo** generaron 2,72 millones de puestos de trabajo, el 12,9% del empleo total, basados en datos del **INE**<sup>1</sup>.

Fuente: [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica\\_C&cid=1254736169169&menu=ultiD atos&idp=1254735576863](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiD atos&idp=1254735576863)



**Imagen 1:** Aportación actividad turística al PIB y empleo

<http://www.comunicatur.info/es/actualizada-la-cuenta-satelite-del-turismo-de-espana/>

Una parte importante de este porcentaje, corresponde al llamado “dinero rosa”.

El turista LGTBIQ+ representa, según la Organización Mundial del **Turismo**, el 10% del total de viajeros internacionales (165.000 millones de dólares en el mundo). Según datos de **LGBT Capital**<sup>2</sup>, publicados en Hosteltur, el turismo de este sector en 2019 alcanzó un impacto en el **PIB** español de más de 6.100 millones de euros.

Fuente: [https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/018892\\_el-turismo-lgtbi-aporta-al-pib-espanol-mas-de-6100-millones-de-euros.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/018892_el-turismo-lgtbi-aporta-al-pib-espanol-mas-de-6100-millones-de-euros.html)

Esta evolución ha transformado y revolucionado al sector turístico, creando un abanico de posibilidades de oferta para lo que fue un pequeño nicho de mercado,

discreto y reservado, transformándose en un importante segmento con letras mayúsculas y consolidarse como un atractivo sustancial para las grandes empresas dedicadas al turismo.



**Imagen 2. El tamaño de la economía LGTBIQ+**

[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/06/24/fortunas/1624562351\\_572913.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/06/24/fortunas/1624562351_572913.html)

Existe una clara relación entre las políticas progresistas de los países hacia el colectivo LGTBIQ+, y los beneficios económicos para el sector turístico. Cada vez más destinos se están beneficiando de una imagen de marca asociada a la tolerancia, la inclusión y la diversidad.

A la vista de los nuevos datos, después de la pandemia se estima que será este segmento de mercado el primero en movilizarse y comenzar a aportar de una manera determinante para salvar los números a cierre de año.

---

<sup>1</sup> **INE:** El Instituto Nacional de Estadística de España es un organismo autónomo encargado de la coordinación general de los servicios estadísticos de la Administración General del Estado y la vigilancia, control y supervisión de los procedimientos técnicos de los mismos

<sup>2</sup> **LGTBIQ+ Capital:** Empresa con sede en Inglaterra, que estudia la economía, basándose en los resultados e informes que ofrecen gobiernos y reconocidos organismos financieros e internacionales de la población LGTBIQ+I, gasto medio e impacto financiero del turismo y viajes LGTBIQ+. Dicha información se convierte en una herramienta poderosa para promover la igualdad de la economía e impulsar un cambio positivo, aumentando así la rentabilidad del mismo.



### **1.1 Significado de la palabra LGTBIQ+**

El primer término ampliamente utilizado para mujeres y hombres era la palabra homosexual desde 1969.

Con el tiempo la palabra tomo varias acepciones negativas y se sustituyó por la palabra gay que se utilizó tanto para hombres como para mujeres.

Con el avance y la "revolución sexual" a lo largo del tiempo, la palabra comenzó a tomar diferentes acepciones, pues se diversificó surgiendo varios grupos.

El día del orgullo se celebra anualmente cada 28 de junio desde los años 70. El objetivo inicial del movimiento y que aun a día de hoy se mantiene era el de defender las libertades y derechos del colectivo.

Ha sido con el tiempo que se ha ido consolidando la palabra LGTBIQ+.

Detallaremos a continuación el significado de las siglas, pues a pesar de que las hemos escuchado muchas veces, aun hoy son muchos los que desconocen el significado de las mismas.

**L- Lesbiana:** Se refiere a la mujer que se siente atraída por otra persona de su mismo género de forma sexual, física, emocional y sentimental. La palabra lesbiana deriva del nombre de la isla de Lesbos, en Grecia, que es el lugar donde las mismas eran desterradas, si eran descubiertas teniendo relaciones íntimas.

**G-Gay:** Referido a las personas cuya orientación sexual se inclina por otras personas de su mismo sexo. Normalmente se relaciona este término especialmente con los hombres homosexuales, aunque también se incluye ocasionalmente a mujeres lesbianas.

**T-Transexual o transgénero:** se trata de una identidad de género en el que se encuentran las personas que se identifican con el género opuesto al que fueron asignados al nacer. Para ello es necesario un proceso físico de hormonación, pero no siempre una cirugía de reasignación.

**B-Bisexualidad:** Personas que sienten atracción física, emocional, sexual y sentimental por personas de más de un género o sexo. Tal y como matiza el colectivo, la bisexualidad no tiene que darse necesariamente de la misma manera, ni tampoco en el mismo grado ni con la misma intensidad.

**I-Intersexual:** Se habla de persona intersexual cuando ésta nace con determinadas características sexuales consideradas de uno u otro género. Desde el colectivo aconsejan no practicar intervenciones quirúrgicas a los bebés intersexuales para eliminar algunas de estas características puesto que a esa edad aún no han manifestado su verdadera identidad sexual.

**Q-Queer:** Bajo el término queer se engloban todas las personas que rechazan vincularse a las ideas establecidas de orientación e identidad sexual. Se rechaza la sexualidad normativa y se busca una liberación relativa a la identidad y a la orientación sexual.

Para concluir, añadiremos, que a veces, se añade una **"P"**, en referencia a la pansexualidad, que atiende solo a los sentimientos, **"A"**, de asexualidad que son aquellos que no sienten instintos sexuales, **"H"** de heterosexuales o **"AN"**, de la antrosexualidad, que son aquellos que no saben identificar su orientación.

## 1.2 Finalidad

Con el fin de ofrecer una visión general de la situación e importancia que ha alcanzado esta comunidad, basándonos siempre en datos objetivos, y a la vista del capital que es capaz de movilizar, es de suma importancia poner de relieve la creación de perfiles profesionales que conozcan a fondo las demandas y necesidades del segmento LGTBIQ+, mejorando así la atención y la calidad de los mismos, fidelizando a un segmento que en el mejor de los casos repetirá destino y hará la mejor de las publicidades en su lugar de destino.

Es importante analizar las fortalezas y oportunidades que este presenta, dado que las características sociales, económicas y personales son muy diferentes a cualquier otro tipo de turismo.

El segmento es tan fuerte que supone el 10% de los turistas a nivel mundial acumulando el 16% del gasto total en viajes y hay diversas publicaciones, como la del periódico **LEVANTE**<sup>3</sup> que lo consideran el trampolín para la recuperación del sector tras el impacto precovid. Fuente: <https://www.levante-emv.com/economia/2021/05/22/turismo-lgbt-trampolin-recuperacion-sector-52131087.html>

El turismo LGTBIQ+ constituye un segmento dinámico, en constante crecimiento y con un nivel adquisitivo alto, al que cada vez más destinos quieren atraer, conscientes de su importancia para la revitalización del sector.

Según diferentes estudios internacionales, el perfil del turista LGTBIQ+ es uno de los primeros que buscará reemprender sus rutinas viajeras en cuanto se permita la movilidad, por lo que **Fitur LGBT+**<sup>4</sup> se ha volcado este año en mostrar la importancia que tiene para los destinos comprometerse con la diversidad.

---

<sup>3</sup> **LEVANTE PERIODICO:** El Levante-El Mercantil Valenciano es un periódico español editado en la ciudad de Valencia y su ámbito de distribución es la provincia de Valencia. Fundado originalmente en 1872, actualmente constituye la principal publicación de la Comunidad Valenciana y pertenece al grupo editorial Prensa Ibérica.

<sup>4</sup> **Fitur LGBT+:** Fitur es un evento que se celebra anualmente en el Ifema, en la ciudad de Madrid, España. Tiene lugar durante cinco días en los meses de enero y febrero. El diario económico español Cinco Días la consideró en 2007 la segunda feria de turismo más importante del mundo

### **1.3 Objetivos**

Entre los objetivos más destacados se pretende dar a conocer por una lado la evolución del colectivo **LGTBIQ+**<sup>5</sup>, desde un punto de vista histórico no solo a nivel mundial sino en España, donde la evolución ha sido meteórica en los últimos 40 años, cuestión que veremos dentro del marco Histórico del mismo.

Se pretende también ver el desarrollo del perfil de turista LGTBIQ+ a través de la historia y de su evolución.

Dar a conocer la oferta turística y el impacto que la misma tiene en destinos ya consolidados e identificar las necesidades, condicionantes y prejuicios.

Es de suma importancia entender a este segmento, que busca cuando viaja y cuáles son sus motivaciones para hacerlo. Según la **OMT**<sup>6</sup> este segmento mueve más del 3% de turistas a nivel mundial y representa un 15% del gasto turístico, es decir, de los 1.200 millones de turistas internacionales en 2016, 35 millones pertenecían a este colectivo. Fuente: (<https://blog.rtve.es/viajesyturismo/2017/06/el-turismo-mundial-lgbt-atrae-a-unos-35-millones-de-turistas.html>)

Con todos estos resultados se pretende llegar a elaborar un modelo social y económico de desarrollo de turismo efectivo.

---

<sup>5</sup> **LGTBIQ+**: Estas siglas designan al colectivo compuesto por lesbianas, gays, transgéneros, transexuales, bisexuales, intersexuales, queer y el resto de identidades y orientaciones incluidas en el +, que nos indica que el colectivo sigue en constante crecimiento.

<sup>6</sup> **OMT**: La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

#### **1.4. Marco Teórico/Histórico**

En un contexto, como el actualizado, y desde una perspectiva como la que tenemos desde el siglo XIX, parece casi inaudito, hablar de turismo LGTBIQ+, o incluso tratarlo como un segmento de mercado tan potente como lo es en la actualidad.

Tendríamos que remitirnos un poco en la historia para entender el momento exacto en el que comienzan los mayores movimientos de este segmento.

El movimiento de liberación LGTBIQ+ o movimiento por una libre orientación sexual se refiere a un movimiento social en el cual se lucha por la causa de personas con una orientación sexual distinta a la heterosexual.

La comunidad LGTBIQ+ comenzó formalmente en el año 1969 en la ciudad de Nueva York, con la marcha que se dio después de los llamados ***disturbios de Stonewall***<sup>7</sup> aunque varias organizaciones y activistas habían dado los primeros pasos del movimiento LGTBIQ+ ya desde finales del siglo XIX, reivindicando derechos para los homosexuales.

El movimiento de liberación LGTBIQ+ tiene por objetivos el matrimonio homosexual, la adopción, la despenalización de la homosexualidad en los diversos países del mundo, etc.

Existen, sin embargo, registros mucho más antiguos que hablan ya de la presencia de viajes relacionados con el mundo gay, que datan en nuestro país del siglo IX.

---

<sup>7</sup> **Disturbios de Stonewall:** Consistió en una serie de manifestaciones espontáneas y violentas en protesta contra una redada policial que tuvo lugar en la madrugada del 28 de junio de 1969, en el pub conocido como Stonewall Inn, ubicado en el barrio neoyorquino de Greenwich Village. Frecuentemente se citan estos disturbios como la primera ocasión, en la historia de Estados Unidos, en que la comunidad LGBT luchó contra un sistema que perseguía a personas no normativas con el beneplácito del gobierno, y son generalmente reconocidos como el catalizador del movimiento moderno pro-derechos LGBT en Estados Unidos y en todo el mundo

Según un artículo de la **revista CTXT**<sup>8</sup>, con fecha 21 de julio de 2002 ya existió en el siglo IX, lo que denominaron “La hueca Andalusí”, en la Córdoba Omeya un barrio rico y distinguido habitado casi exclusivamente por homosexuales situado a mano de los centros de poder, (junto al puerto fluvial y el puente romano zona de intercambios). En **Derb Ibn Zaydun**<sup>9</sup> el amor entre hombres era evidente y la sexualidad se vivía con total libertad, desatando numerosos viajes de eruditos y cultos de la época. Fuente: <https://ctxt.es/es/20200701/Firmas/32931/Ana-Sharife-columna-abderraman-Cordoba-omeya-sexualidad-homosexualidad-Al-Andalus.htm>



**Imagen 3: “La Hueca Andalusí”**

<https://ctxt.es/es/20200701/Firmas/32931/Ana-Sharife-columna-abderraman-Cordoba-omeya-sexualidad-homosexualidad-Al-Andalus.htm>

---

<sup>8</sup> **Revista CTXT:** CTXT es un medio digital de izquierda en español publicado por primera vez en enero de 2015. Su redacción se localiza en Madrid. El nombre de su dominio es una abreviatura del nombre **Contexto y Acción**, aunque el uso común la ha popularizado como *Contexto*, o **Revista Contexto**

<sup>9</sup> **Derb Ibn Zaydun:** A la antigua Hueca andalusí se le llamó Derb (camino) Ibn Zaydun (Córdoba, 1003-Sevilla, 1071), en honor al mayor poeta neoclásico de Al Ándalus, quien había concebido el amor como una religión



Investigando se han encontrado numerosos artículos acerca del Torremolinos gay de los años 50. "La ciudad de pescadores que alzo la bandera", como lo titula la revista **Cond Nast Traveler**<sup>10</sup> en uno de sus artículos. [Fuente: www.traveler.es](http://www.traveler.es)



**Imagen 4:** Torremolinos, "La Ciudad de pescadores que alzo la bandera"

<https://www.traveler.es/viajeros/articulos/torremolinos-historia-lgbtq-pasaje-begona-durante-la-dictadura/18510>

Hablan del lugar como un destino frecuentado por Gala, donde Dalí pasó largas temporadas, y donde el autor realizó las primeras fotografías en 1930 mostrando los primeros topless documentados en la historia Española.



**Imagen 5:** Primer Topless de Gala. Torremolinos

<https://www.diariosur.es/20091003/local/turismo/pechos-gala-primer-less-200910031300.html>

---

<sup>10</sup> **Cond Nast Traveler:** Conde Nast Traveler es una revista internacional especializada en turismo de lujo y estilo de vida publicada por la compañía Conde Nast. La revista ha ganado 25 National Magazine Awards, por lo que es considerada una de las más prestigiosas en su género

En los años 50 llegó el festival de cine. Ava Gardner, era una de sus habituales, mujer liberal con residencia en Madrid, donde se celebraban las fiestas más locas y liberales de la época de la España Franquista.

Nombres como Kirk Douglas, Rita Hayworth, Anthony Quinn, Orson Wells, Marlon Brando, encabezaban solo algunos de los nombres de las personalidades del séptimo arte que frecuentaban ya el destino por el tremendo aire de libertad que allí se respiraba.

Cerrar los ojos a los que ocurría en Torremolinos era una forma de mostrar un rostro amable a la opinión internacional para atraer turismo Gay desde todas partes de Europa.

La inauguración del hotel *Pez Espada* en 1959 del que el propio Frank Sinatra fue invitado a marcharse tras una pelea con un huésped italiano, marco el inicio de la década dorada de la ciudad, que se extendió hasta los años 70, donde comenzó la persecución; al primer topless (el de Gala), se añadieron pronto una serie de iniciativas inconcebibles en la España franquista.

Fuente: [https://www.malagahoy.es/malaga/enesimo-resurgir-Pez-Espada\\_0\\_902910220.html](https://www.malagahoy.es/malaga/enesimo-resurgir-Pez-Espada_0_902910220.html)



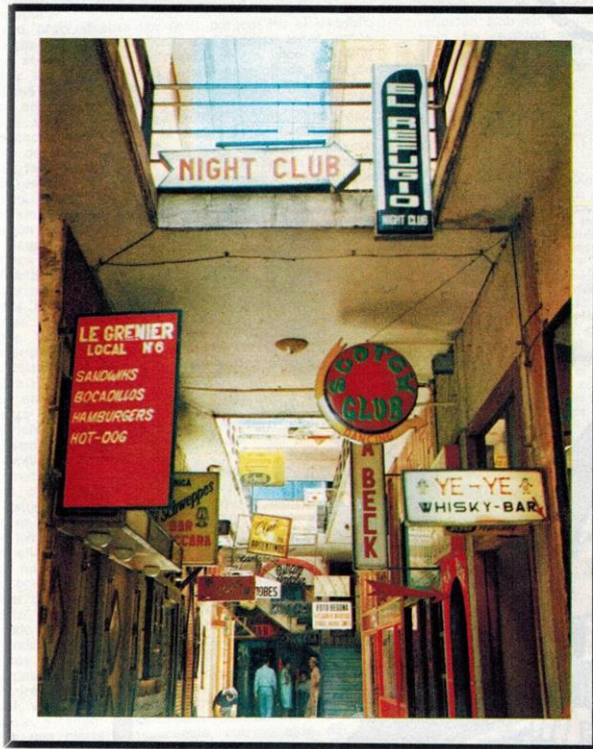
**Imagen 6: Hotel Pez Espada. Torremolinos 1963.**

<http://archivociti.uma.es/weblog/2015/02/19/torremolinos-1963-hotel-pez-espada/>

El pasaje Begoña, que se convertiría en el epicentro nocturno, vivió la apertura del primer bar gay. Toni's abrió la puerta a otros locales que pronto poblarían el pasaje: Incógnito, El fauno, Dusseldorf, etc...



Fue en este mismo barrio, donde se produjeron las persecuciones al más puro estilo Stonwall en los años 70, y que se considera a día de hoy lugar de culto para los derechos de la comunidad. Fuente: <https://culturadiversa.es/2019/03/pasaje-begona-torremolinos-lgtbi.html>



**Imagen 7:** El aspecto que el Pasaje Begoña presentaba en los años 60

(Fuente: Asociación Pasaje Begoña).

<https://culturadiversa.es/2019/03/pasaje-begona-torremolinos-lgtbi.html>

Sin embargo, y a pesar de estos ejemplos, no debemos de olvidar la persecución que el mundo gay ha sufrido durante años, y la sensación de falta de seguridad en según qué destinos, cuestión absolutamente primordial a la hora de elegir un destino de viaje.

***La marcha por las ramblas de Barcelona***<sup>11</sup> en el año 77, durante el final del Franquismo y en plena transición, marcó un antes y un después. Los organizadores de la marcha, militantes, políticos, etc., (no solo gais), sufrieron la represión por

parte de los **grises**<sup>12</sup>, al considerarse la homosexualidad un delito contemplado en la ley de peligrosidad y reforma social hasta el año 1978.



**Imagen 8:** Manifestantes por la liberación gay el 26 de junio de 1977 en La Rambla.

[https://elpais.com/ccaa/2017/06/28/catalunya/1498647028\\_431114.html](https://elpais.com/ccaa/2017/06/28/catalunya/1498647028_431114.html)

A medida, que las políticas de numerosos destinos han ido cambiando, la sensación de seguridad también ha ido en aumento, produciendo así, la transformación de este nicho de mercado en un segmento, en el que todos tenemos la responsabilidad de trabajar investigando para poder conocer aún mejor los gustos y necesidades, y adaptar una forma de turismo responsable, que nos permita a todos vivir con una mayor libertad nutriendo cada vez más a un sector, necesitado de nuevas formas a las que el marketing ya ha comenzado a dar respuesta hace tiempo.

Fuente: [https://www.eldiario.es/catalunya/barcelona/homosexualidad-salio-clandestinidad-calles-barcelona\\_1\\_3317802.html](https://www.eldiario.es/catalunya/barcelona/homosexualidad-salio-clandestinidad-calles-barcelona_1_3317802.html)

---

<sup>11</sup> **Marcha de las ramblas:** primera manifestación por los derechos de personas gais, lesbianas, bisexuales y transexuales. Se celebró el 26 de junio de 1977, días después de las primeras elecciones democráticas. Bajo el lema **"Nosaltres no tenim por, nosaltres som"** ("**nosotros no tenemos miedo, nosotros somos**"), 4.000 personas se concentraron en Las Ramblas de Barcelona para demandar la amnistía de los delitos sexuales y la derogación de la ley sobre peligrosidad y rehabilitación social de 1970, puesto que en aquel momento todavía eran considerados un colectivo ilegal. Aunque circularon de forma pacífica, la policía terminó dispersándolos con disparos de balas de goma, lo que causó algunos heridos y un detenido, el médico Oriol Martí.

<sup>12</sup> **Grises:** Los grises eran los miembros de la Policía armada (cuerpo de policía franquista), bastante conocidos por su brutalidad y represión. Recibían ese nombre informal por el color gris de sus uniformes. Durante los últimos años del franquismo, los universitarios empezaron a manifestarse con mayor frecuencia

El Turismo en general, así como nuestros hoteles, tipo de ocio, ingresos, dependen única y exclusivamente del panorama, político y sociocultural, y es nuestra responsabilidad continuar trabajando para que valores como la diversidad, la tolerancia y el respeto sigan en aumento, por lo que los mismos representan a todos los niveles.



## **2 METODOLOGÍA**

La metodología seguida para llevar a cabo el presente trabajo la dividiremos en fuentes primarias y secundarias:

- **Fuentes primarias:** Me he nutrido de mi propia experiencia profesional y personal. Involucrado dentro del mundo LGTBIQ+ hace años, en ciudades, como Barcelona donde residí más de 10 años, Londres, donde residí 5 años y Madrid, ciudad en la que actualmente resido hace 3 años, dirigiendo un hotel LGTBIQ+ perteneciente al grupo **Axel Hoteles** del que hablaremos muy brevemente en el transcurso de la investigación. En el transcurso de mi vida profesional, he conocido al presidente de **Axel Hoteles**, Juan Julia, pionero en la apertura de establecimientos dirigidos en exclusividad a un público gay, Kike Sarasola, actual presidente de Room Mate Hoteles y a quien he seguido muy de cerca en medios de comunicación, además de trabajar activamente con asociaciones como **IGLTA**<sup>13</sup> con quien he celebrado varios eventos durante el desarrollo de la feria internacional de Turismo **FITUR**, y otras tantas asociaciones dirigidas a la defensa de los derechos de Homosexuales y transexuales, como **REDI**<sup>14</sup>, **COLEGAS**<sup>15</sup>, etc...

- **Fuentes secundarias:** De las que me he nutrido mayoritariamente en Internet (artículos, noticias y páginas web y entrevistas), he recogido toda la información objetiva que he necesitado para desarrollar con claridad el cuerpo del trabajo: cifras, estadísticas, información sobre destinos turísticos, aunque también respaldan los hechos documentales y audiovisuales y noticias de los periódicos principales de tirada nacional y videos documentales disponibles en internet.

---

<sup>13</sup> **IGLTA:** por su nombre original en inglés: International Gay & Lesbian Travel Association. La IGLTA es una red internacional dedicada a poner en contacto a turistas homosexuales de todo el mundo.

<sup>14</sup> **REDI:** primera y más amplia red de empresas y profesionales en España expertos en diversidad e inclusión de las personas LGBTI en el contexto laboral.

<sup>15</sup> **COLEGAS:** Confederación Española LGBT es una asociación que trabaja por la igualdad, de lesbianas, gays, bisexuales y transexuales en España.

### **3 HISTORIA Y EVOLUCIÓN**

#### **3.1 Historia y evolución en el tiempo**

Se desconoce como la historia de la homosexualidad entró en la sexualidad humana y debe de ser tan antigua como la existencia de 2 seres humanos en la tierra.

Sin embargo, y en base a numerosos estudios antropológicos se puede afirmar que la homosexualidad es una constante universal de las diferentes culturas y su presencia ha existido desde los pueblos más primitivos hasta los actualmente desarrollados.

Entre la amplia lista de hombres y mujeres clave para la cultura humana y que han sido homosexuales, se incluyen nombres como el de Aristóteles, Alejandro Magno, Platón, Leonardo Da Vinci, Miguel Ángel, Lord Byron, Salvador Dalí, Óscar Wilde, Federico García Lorca, Antonio Gala, Anthony Perkins, por mencionar sólo algunos ejemplos. Durante la **época precolombina**, Aztecas, Mayas e Incas compartieron una homosexualidad libre. Los cronistas relataron durante tres siglos (XV, XVI, Y XVII), toda la diversidad de condiciones sexuales existentes en suelo americano.

En la zona del Caribe, y América Central, la homosexualidad era reverenciada. Aquellos que poseían esa condición, eran tratados como seres mágicos, y se llegaba incluso a pensar que tenían poderes, por lo que estar cerca de ellos era tener buena suerte. El famoso Fraile, ***Bartolomé de las Casas***<sup>16</sup>, relata como los padres de las aldeas mexicanas apoyaban e incentivaban a sus hijos a aceptar su verdadera naturaleza, llegándoles incluso a permitir ser mujeres si es que así lo sentían, y buscándoles sus propios padres marido.

Los caciques de la nueva granada incluso promovían las relaciones homosexuales entre sus súbditos, hecho relatado por el ***Fraile Pedro Simón***<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> **Bartolomé de las Casas:** Fue un terrateniente, cronista, teólogo, filósofo, jurista, fraile dominico, sacerdote y obispo español del siglo XVI, famoso como historiador y reformador social

<sup>17</sup> **Fraile Pedro Simón:** Fue un franciscano español, profesor y cronista, que desarrolló la mayor parte de su vida profesional en la América española

Las relaciones homosexuales, llegaron a ser idealizadas, algo que podemos encontrar en los restos arqueológicos de la cultura de **Moche y Vicus**<sup>18</sup>, en el norte de Perú. Estas culturas plasmaron en vasijas representaciones de la vida cotidiana de los mismos, llegando incluso a plasmar las relaciones homosexuales con seres míticos.



**Imagen 9: Huacos de la Cultura Moche y Vicus.**

<https://entendi2.com/la-homosexualidad-en-la-antiguedad-aztecas-mayas-e-incas>

Por tanto, podemos decir que la homosexualidad en las culturas precolombinas fue bastante normalizada y aceptada. No sería hasta la llegada de los colonos y la llegada de la religión católica, cuando comenzaron a ser mal vista. Todos los cronistas de la época relataron en mayor o menor medida, como eran las prácticas homosexuales entre los aztecas, mayas o incas, por lo que la diversidad sexual, estuvo a la orden del día en dichas civilizaciones.

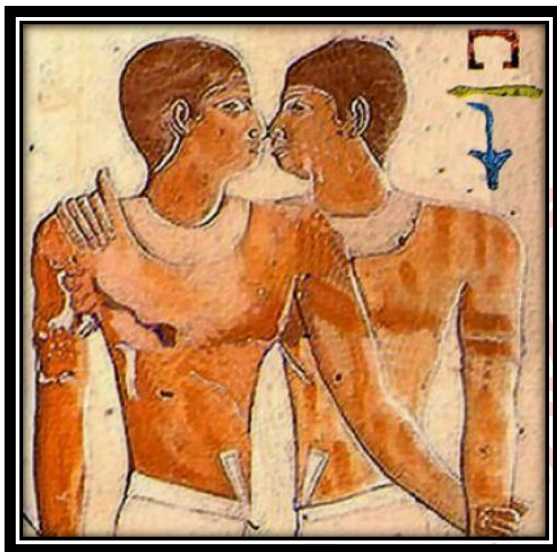
Fuente: <https://entendi2.com/la-homosexualidad-en-la-antiguedad-aztecas-mayas-e-incas>

---

<sup>18</sup> **Moche y Vicus:** La cultura moche o mochica es una cultura arqueológica del Antiguo Perú que se desarrolló entre los siglos II y VII en el valle del río Moche. Vicús es una cultura arqueológica del Antiguo Perú que se desarrolló entre los años 150 a. C. y 400 d. C



**En el antiguo Egipto**, aun siendo una práctica tolerada, no parece que fuera muy bien vista; sin embargo, en 1964, se descubrió una tumba donde se representaban escenas de corte homosexual. En ella, aparecían parejas de altos funcionarios de la corte que se estaban abrazando afectuosamente. Las imágenes de estos dos hombres en la tumba, eran muy similares a las de matrimonios encontrados en otras tumbas del mismo período y no podemos sino sospechar, que los jeroglíficos homosexuales fueran abundantes.



**Imagen 10:** Niankhkhnum y Khnumhotep. Primer beso.

<https://www.makingqueerhistory.com/articles/2016/12/20/khnumhotep-and-niankhkhnum-and-occams-razor>

En el **"Libro de los Muertos"**<sup>19</sup>, hay un fragmento que se puede interpretar como una condena a la homosexualidad, pero como pertenecía a una mujer, ha sido interpretado como una condena al lesbianismo, aunque la interpretación tampoco es demostrable. Fuente: <http://historsex.blogspot.com/2014/07/homosexualidad-en-el-antiguo-egipto.html>

**En la antigua Grecia**, los hombres tenían incluso el derecho a prostituirse, y se consideraba normal que chicos de entre 13 y 17 años fueran amantes de hombres de mayor edad, el cual se encargaba de la educación política, social y moral del amado.

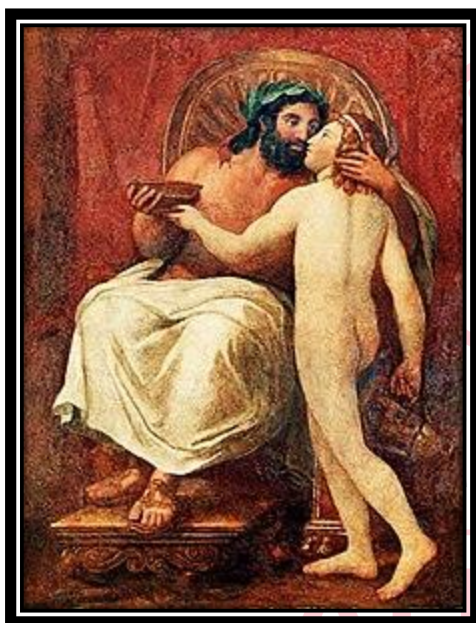
---

<sup>19</sup> **"Libro de los Muertos"**: El Libro de los muertos es el nombre moderno de un texto funerario del Antiguo Egipto que se utilizó desde el comienzo del Imperio nuevo hasta el 60 a. C tras la caída de Egipto

Era más extraño que dos hombres adultos mantuvieran una relación amorosa. Aunque se permitían las caricias y los juegos homosexuales, la penetración anal estaba prohibida, estando mal visto el rol de "**pasivo**"<sup>20</sup>, pues serlo significaba ser intelectualmente inferior y más inexperto que el que asumía el rol de "**activo**"<sup>21</sup>.

La historia cuenta ejemplos de relaciones homosexuales entre dioses mitológicos, como Zeus, y de grandes Guerreros como Alejandro Magno. En Esparta el encuadramiento militar y la separación de los soldados de sus madres y esposas, conformó la proliferación de relaciones homosexuales.

Fuente: <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-antigua/20170801/47311166977/homosexualidad-antigua-grecia.html>



**Imagen 11:** El amante de Zeus Ganimedes.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Ganimedes\\_\(mitolog%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Ganimedes_(mitolog%C3%ADa))

**En la antigua Roma**, el hombre romano era bisexual y la educación que le daban a sus hijos iba encaminada a lograr esa bisexualidad. El hombre era quien dominaba y tenía que mostrar su superioridad en todos los órdenes de la vida, tanto en sociedad, como en la familia, en la política y por supuesto en la guerra.

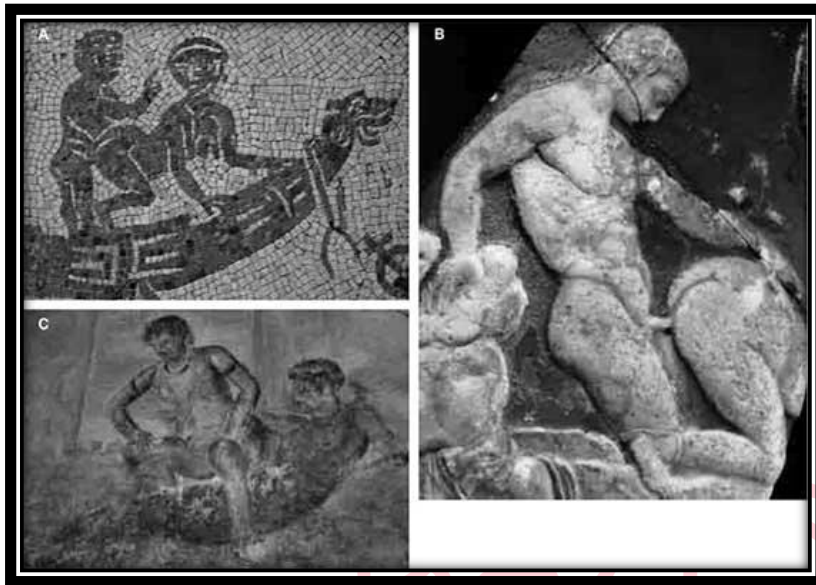
---

<sup>20</sup> **Pasivo:** El pasivo es normalmente el participante receptor durante la penetración.

<sup>21</sup> **Activo:** El activo se refiere al rol de la persona que penetra a otra.



Su educación bisexual, no iba encaminada a la consecución del placer sino a demostrar su poder. El hombre romano sodomizaba a sus enemigos, además de a los esclavos que tenían en sus casas, y era solo con estos con quienes practicaban la penetración anal asumiendo siempre el rol de activos.



**Imagen 12:** Escenas de sexo en representaciones artísticas romanas: A) Detalle de mosaico (termas de Caracalla, Roma). B) Fragmento de vidrio (Metropolitan Museum, Nueva York). C) Pintura estucada (casa del Centenario, Pompeya).

<https://www.nuevatribuna.es/articulo/historia/sexualidad-romana/20170508123607139564.html>

La sola insinuación de que un hombre hubiera sido penetrado era suficiente para terminar con su carrera política. La sociedad romana era tremendamente machista y estaba incluso mal visto que un hombre joven llegara virgen al matrimonio, pues esto era indicativo de falta de experiencia.

Sin embargo lo que era válido para un hombre, no lo era para una mujer, las cuales debían de llegar vírgenes al matrimonio, impidiendo llegar al mismo a aquellas que estuvieran embarazadas.

En el siglo VI d.C. el Imperio Romano proscribió la homosexualidad. Esto se debió en gran parte a la influencia del Cristianismo. Según el cristianismo la única razón válida para el sexo era la procreación, cualquier otro tipo de sexualidad, que llevara al deseo eran vistas como influencias malignas.

Fuente: [https://www.elespanol.com/cultura/historia/20201209/homosexualidad-roma-aceptada-luego-perseguida-emperador-cambio/500700249\\_0.html](https://www.elespanol.com/cultura/historia/20201209/homosexualidad-roma-aceptada-luego-perseguida-emperador-cambio/500700249_0.html)

Durante **La Santa Inquisición** <sup>22</sup>, en la **Edad Media**, la persecución de la homosexualidad por parte de la iglesia Católica fue constante. Entre los siglos V y XVIII, la tortura y la pena capital, generalmente en la hoguera, eran los suplicios a los que se condenaba en la mayor parte de Europa.



**Imagen 13: Pedro Berruguete: Santo Domingo presidiendo un auto de fe (1475)**

[https://www.abc.es/historia/abci-razones-inquisicion-espanola-no-bestia-sadica-contado-leyenda-negra-201812170226\\_noticia.html](https://www.abc.es/historia/abci-razones-inquisicion-espanola-no-bestia-sadica-contado-leyenda-negra-201812170226_noticia.html)

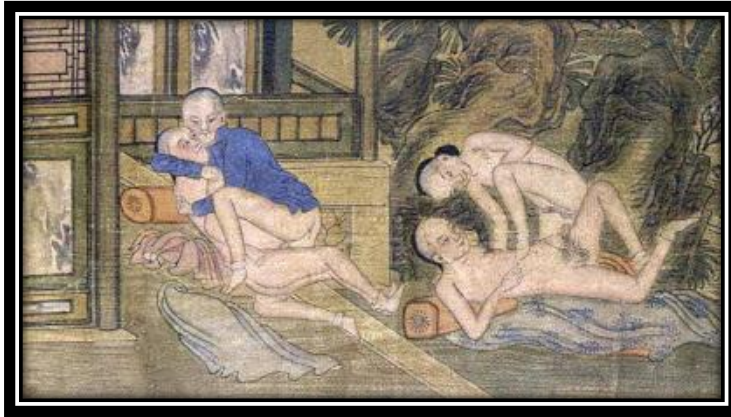
En la antigüedad en el lejano Oriente, existía una tolerancia a la homosexualidad similar a la de Grecia y Roma.

En China existía una tradición de amor entre hombres conocida como amor masculino y los burdeles de hombres eran abundantes, escandalizando a los Jesuitas que habitaban en Pekín en la época.

Japón fue hasta 1868 una sociedad feudal en la que los guerreros samurái vivían al servicio de los señores. La práctica homosexual entre ellos era común, si bien existían otros casos diferentes de estos. Podría decirse que el nivel de tolerancia era por tanto alto también. Fuente: <https://entendi2.com/la-homosexualidad-en-la-antigüedad-china>

---

<sup>22</sup> **La Santa Inquisición:** El término Inquisición o Santa Inquisición hace referencia a varias instituciones de la Iglesia Católica dedicadas a la supresión de la herejía. La herejía en la era medieval europea muchas veces se castigaba con la pena de muerte y de esta se derivan todas las demás



**Imagen 14:** Ilustración con alto contenido sexual de la Antigua China

<https://entendi2.com/la-homosexualidad-en-la-antiguedad-china>

A finales del siglo XIX aparecen en Europa y Estados Unidos los primeros prostíbulos y bares destinados al público homosexual. Empezaba una pequeña lucha hacia la igualdad social, pero aún estaba lejana de conseguir objetivo alguno, pues la sociedad seguía persiguiendo y condenando este tipo de manifestaciones afectivas, con cárcel e incluso pena de muerte.

Aun con un pequeño atisbo de aceptación, todo terminó por apagarse con el inicio de la primera y la segunda guerra mundial. Durante esta etapa el fascismo fomenta la homofobia.



**Imagen 15:** Homosexuales condenados en la Alemania Nazi

<https://www.elindependiente.com/tendencias/historia/2021/06/30/la-persecucion-de-los-triangulos-rosas-en-la-alemania-nazi/>

La persecución en la Alemania nazi se fundamenta básicamente en el principio de que la homosexualidad es incompatible con la reproducción y por tanto la perpetuación de la raza aria.

**"La famosa noche de los cuchillos largos"**<sup>23</sup>, supuso un cambio en la sociedad Alemana, donde antes el homosexual podía realizar una vida relativamente normal siempre y cuando no tuviera muestras afectivas en público, se pasó a una campaña de esterilización donde el gobierno se cobró alrededor de cuatrocientas mil víctimas.

Es entonces cuando se procede a condenar cualquier tipo de manifestación homosexual en lo que los nazis pasaron a llamar **"La Cura"**<sup>24</sup>. Es tras la segunda Guerra mundial, cuando comienza una etapa de transición y evolución en Occidente, aunque aún muy lejos de la normalización social.

Comienzan a crearse asociaciones que buscan la valoración y la aceptación del colectivo a través de reuniones, encuentros e incluso publicaciones para recaudar fondos contra el famoso virus del VIH. El 28 de junio de 1969 todo cambio.

En los años 60, eran pocos los locales que acogían abiertamente a personas homosexuales. Entre los pocos que lo hacían estaba **el Stonewall**, un pub que servía a gran variedad de clientes y regentado por la mafia, y popular por tener entre sus habituales a gais, transexuales, **Draq Queens**<sup>25</sup> y prostitutos masculinos.

Las redadas contra este pub eran habituales. Lo que marcó la diferencia aquel 28 de junio de 1969, fue que, inesperadamente, la policía perdió el control de la situación y los clientes y demás personas presentes en el lugar se rebelaron.

Fuente: <https://www.elindependiente.com/tendencias/historia/2021/06/30/la-persecucion-de-los-triangulos-rosas-en-la-alemania-nazi/>

---

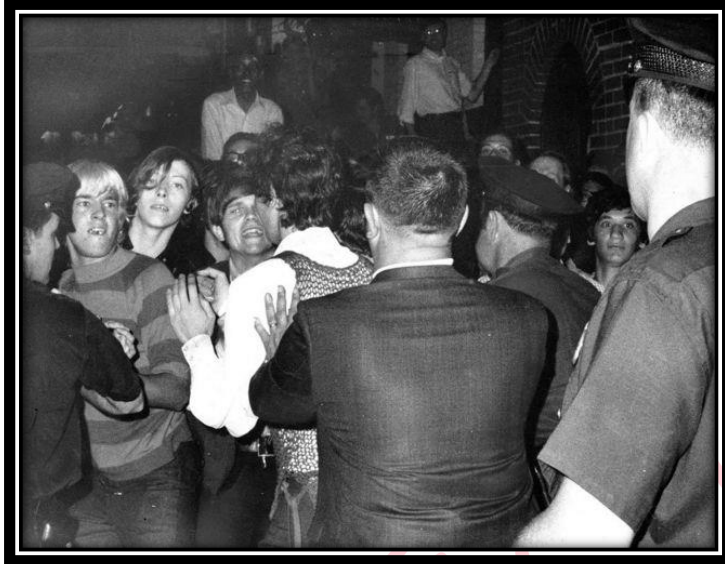
<sup>23</sup> **La famosa noche de los cuchillos largos:** La noche de los cuchillos largos u Operación Colibrí fue una purga política que tuvo lugar en Alemania entre el 30 de junio y el 1 de julio de 1934, cuando el régimen nazi, dirigido por Adolf Hitler, llevó a cabo una serie de asesinatos políticos

<sup>24</sup> **"La Cura":** Consistía en inyectar a homosexuales una glándula artificial que derramaba testosterona por goteo.

<sup>25</sup> **Draq Queens:** Es una forma de personificación femenina y transformismo en el que una persona altera su apariencia y los patrones de su personalidad para ajustarlos al comportamiento y apariencia de una mujer de caricatura, exagerando las cualidades estéticas asociadas popularmente a la feminidad



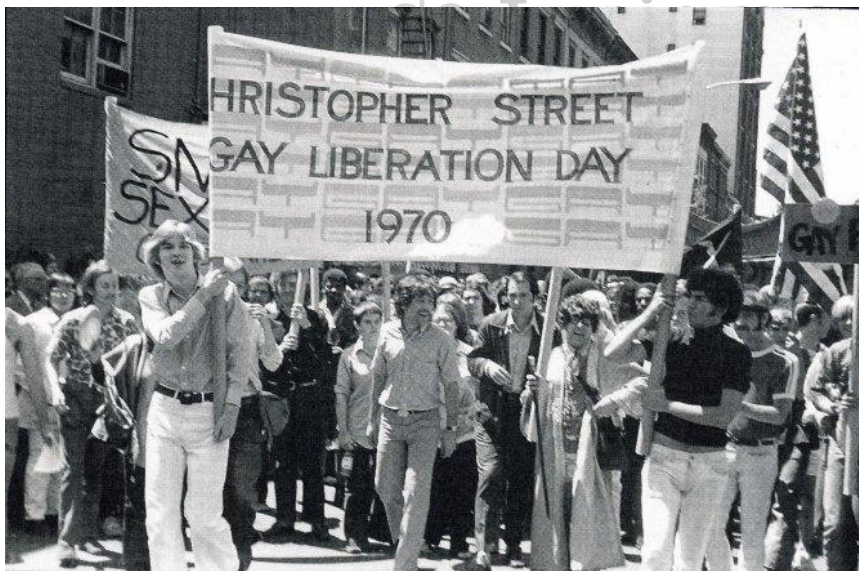
La tensión entre la policía y los vecinos gays de Greenwich Village se alargó durante varios días. En cuestión de semanas, el colectivo se organizó para lograr disponer de lugares donde los homosexuales pudieran estar libremente sin temor a represalias.



**Imagen 16:** Tensión en Stonewall contra la policía.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-48718688>

Las primeras marchas del Orgullo gay para conmemorar estos hechos tuvieron lugar en 1970 en Nueva York y los Ángeles.



**Imagen 17:** Primera marcha Orgullo gay. Nueva York. 1970

<https://bastardocronico.wordpress.com/2016/06/13/10-impresionantes-fotos-capturadas-en-la-marcha-del-orgullo-lgbt/>

Poco a poco se le sumaron ciudades de todo el mundo que desde entonces acogen las llamadas pride parades o desfiles del orgullo Gay para reivindicar sus derechos.

En Barcelona la primera marcha de este tipo tuvo lugar en 1977 con una marcha por las ramblas que fue encabezada por varias personas transexuales.



**Imagen 18: Primera marcha Orgullo gay. Barcelona. 1977**

<https://www.izquierdadiario.es/Hace-40-anos-el-primer-Orgullo-LGBTI-marchaba-en-el-Estado-Espanol>

A partir de los años 90, se crea un fenómeno que va cogiendo forma a través de la década marcada por la normalización, aceptación social, la pérdida de valores católicos y el logro de muchos derechos para la comunidad.

En 1990 la **OMS**<sup>26</sup>, elimina la homosexualidad de su clasificación internaciones de enfermedades que hasta entonces psiquiatras y psicólogos mantenían como una desviación. Poco a poco las posibilidades han ido en aumento a nivel social y laboral y la tolerancia cada vez a mayor.

La población homosexual se vio llevada a concentrarse en ciertos lugares determinados donde los precios bajos y la sensación de seguridad consolidaron su evolución. Fuente: [https://es.wikipedia.org/wiki/Disturbios\\_de\\_Stonewall](https://es.wikipedia.org/wiki/Disturbios_de_Stonewall)

---

<sup>26</sup> **OMS:** La Organización Mundial de la Salud es el organismo de la Organización de las Naciones Unidas especializado en gestionar políticas de prevención, promoción e intervención a nivel mundial en la salud

La economía de estos lugares comenzó a florecer y retroalimentarse poniéndose de moda y siendo objeto de visita de turistas curiosos, los cuales continuaban con dificultades sociales en sus países de origen.

Todo esto ha implicado, el desarrollo de un mercado local especializado con el fin de atender de forma concreta las necesidades el perfil del consumidor LGTBIQ+ creándose así, un pequeño nicho de mercado con diversidad de productos y servicios exclusivos.

A pesar del desplome general de la economía mundial por el estallido de varias crisis en el siglo XXI. El segmento LGTBIQ+, no se ha detenido continuando en ascenso, creciendo y diversificándose cada vez más.

Convertirse en un destino **Gayfriendly** <sup>27</sup> supone tener un público de visitantes asegurados a lo largo del año debido a la situación personal y económica de este perfil de turista.



**Imagen 19:** Los 10 destinos Gayfriendly del planeta

<https://gayer.es/los-10-destinos-gayfriendly-del-planeta/>

Grandes TTOO trabajan de forma exhaustiva y especializada para dar salida a destinos con escapadas culturales, lunes de miel e importantes paquetes vacacionales enfocados a los eventos del colectivo.



---

<sup>27</sup> **Gayfriendly:** El término Gayfriendly, conocido actualmente de forma más incluyente como LGBTfriendly, surgió en Estados Unidos en la década de los 90 para referirse a lugares, políticas, personas o instituciones que pretendían mantener un ambiente tolerante hacia las personas LGBT (lesbianas, gays, bisexuales y transexuales)



### 3.2. Historia y evolución en España

Vista como un atentado contra la recta moral y las esencias sagradas del pueblo Español, la homosexualidad fue perseguida y reprimida durante la dictadura franquista. El régimen había creado los modelos de hombre y mujer basándose en la ortodoxia de la moral de nacionalcatolicismo patriótico.

El hombre debía de ser viril y fuerte y el papel de la mujer estaba relegado al hogar teniéndose que mostrar como buena esposa al cuidado de la prole. La dictadura entro en la vida privada de las personas indagando en las conductas desviadas y en las inclinaciones impropias de los verdaderos españoles.

El clima social opresivo condeno a los homosexuales al miedo y la clandestinidad reprimiendo sus afectos, y manteniendo una doble moral imperante en ocasiones al camino de la prostitución.

Eminentes psiquiatras como Antonio Vallejo-Nájera o José Luis López Ibor, trataron con electroshocks o **lobotomías**<sup>28</sup> a sus pacientes desviados provocándoles a un enorme daño físico y psicológico.



**Imagen 20:** Robert Galbraith Heath aplicando un electroshock a una mujer lesbiana.

[https://www.elespanol.com/ciencia/salud/20181024/psiquiatra-aplicaba-descargas-homosexuales-dejaran-serlo/347715844\\_0.html](https://www.elespanol.com/ciencia/salud/20181024/psiquiatra-aplicaba-descargas-homosexuales-dejaran-serlo/347715844_0.html)

---

<sup>28</sup> **lobotomías:** es una psicocirugía que consiste en el corte de fibras nerviosas del cerebro cuyo procedimiento más común es la introducción de una herramienta punzante para alcanzar el lóbulo frontal del cerebro a través de la cavidad del ojo

Sin embargo, con la apertura del turismo en los años 50 y 60 llegaron a España muchos extranjeros homosexuales, siendo grandes influencias culturales o musicales del exterior comenzando a cambiar su consideración sexual a partir de los años 60.

Su visibilidad aumento en sectores como la moda, la peluquería o el espectáculo y la localidad de Sitges se empezó a convertir en lugar de encuentro para los homosexuales. Se calcula que entre 4.000 y 5.000 homosexuales fueron encarcelados acusados de escándalo público y de constituir un peligro social, creándose centros especiales donde se corregía su desviación.

El régimen conto con el importante apoyo de la iglesia católica y de la psiquiatría para reprimir estos actos contra natura. Los homosexuales fueron tratados como enfermos mentales e internados en manicomios. Con el fin de luchar contra toda esta corriente, la dictadura les considero como una amenaza para el orden público, poniéndose en vigor la **ley de Vagos y maleantes**<sup>29</sup> de 1954, que condenaba entre otras cosas, las prácticas homosexuales.

Años más tarde, Carrero Blanco, sustituía esta ley por la **ley de peligrosidad y rehabilitación Social**<sup>30</sup>, la cual incluía penas de hasta cinco años en cárceles y manicomios para homosexuales y demás individuos con el fin de lograr su rehabilitación.

En 1971, el fiscal de Málaga, contempla en la memoria del tribunal supremo " **el aumento del vicio sodomítico**", fomentado principalmente en la Costa del Sol, referencia importante para el camino a la liberación LGBTI en Torremolinos, convertido en el atractivo de muchos turistas que huían a España para poder ser ellos mismos. Fuente: <https://www.rtve.es/radio/20161104/homosexualidad-durante-franquismo-documentos-rne/1437107.shtml>

---

<sup>29</sup> **ley de Vagos y maleantes:** La Ley de Vagos y Maleantes, aprobada el 4 de agosto de 1933, formó parte de la reforma penal de la II República en lo referente al tratamiento de vagabundos, nómadas, proxenetas y cualquier otro individuo que pudiera ser considerado por las autoridades como antisocial.

<sup>30</sup> **ley de peligrosidad y rehabilitación social:** La ley sobre peligrosidad y rehabilitación social fue una ley del código penal español aprobada por el régimen franquista el 5 de agosto de 1970. Sustituía principalmente a la Ley de vagos y maleantes para el control de todos los elementos considerados antisociales

Tras la muerte del dictador en 1977, se celebró en Barcelona la primera marcha del orgullo Gay al más puro estilo "**Stonewall**", que terminó en una gran carga policial

Con la proclamación de la Constitución Española y la derogación de las leyes Franquistas, la homosexualidad dejó de ser constitutiva de delito en el año 1979.

Los años 80, fueron una etapa de revolución en nuestro país, marcada por la tragedia que trajo consigo el consumo de drogas duras y la veloz expansión del **VIH**<sup>31</sup>,



**Imagen 21:** Los Village People. Icono revolución sexual en los 80.

[https://los40.com/los40/2021/06/25/los40classic/1624613079\\_650518.html](https://los40.com/los40/2021/06/25/los40classic/1624613079_650518.html)

Debido al alto número de casos de contagios entre personas del colectivo, continúa siendo una lacra para el mismo a día de hoy cobrándose la vida de 1,2 millones de personas al año según datos de la organización mundial de la salud **OMS**.

---

<sup>31</sup> **VIH:** El VIH (virus de la inmunodeficiencia humana) es un virus que ataca el sistema inmunitario del cuerpo. Si no se trata, puede causar SIDA (síndrome de inmunodeficiencia adquirida). No hay en la actualidad una cura eficaz. Una vez que se contrae el VIH, se tiene de por vida.

En 1995 se reformó el código penal, y en ella se incluía la protección de orientación sexual considerando como agravante cualquier delito de **Homofobia**<sup>32</sup>.

Desde entonces la visibilidad y la normalización en España han ido ganando terreno hasta llegar al 30 de junio de 2005, una de las fechas más importantes, por aprobarse la ley 13/2005 que permite la unión en matrimonio legalmente reconocido de personas del mismo sexo, y convirtiendo así a España en el tercer país del mundo que lo permitía, por detrás de Holanda y Bélgica.

Fuente: [https://elpais.com/ccaa/2017/06/28/catalunya/1498647028\\_431114.html](https://elpais.com/ccaa/2017/06/28/catalunya/1498647028_431114.html)



**Imagen 22:** Zerolo abraza a un compañero a las puertas del Congreso tras la aprobación de la ley el 30 de junio de 2005.

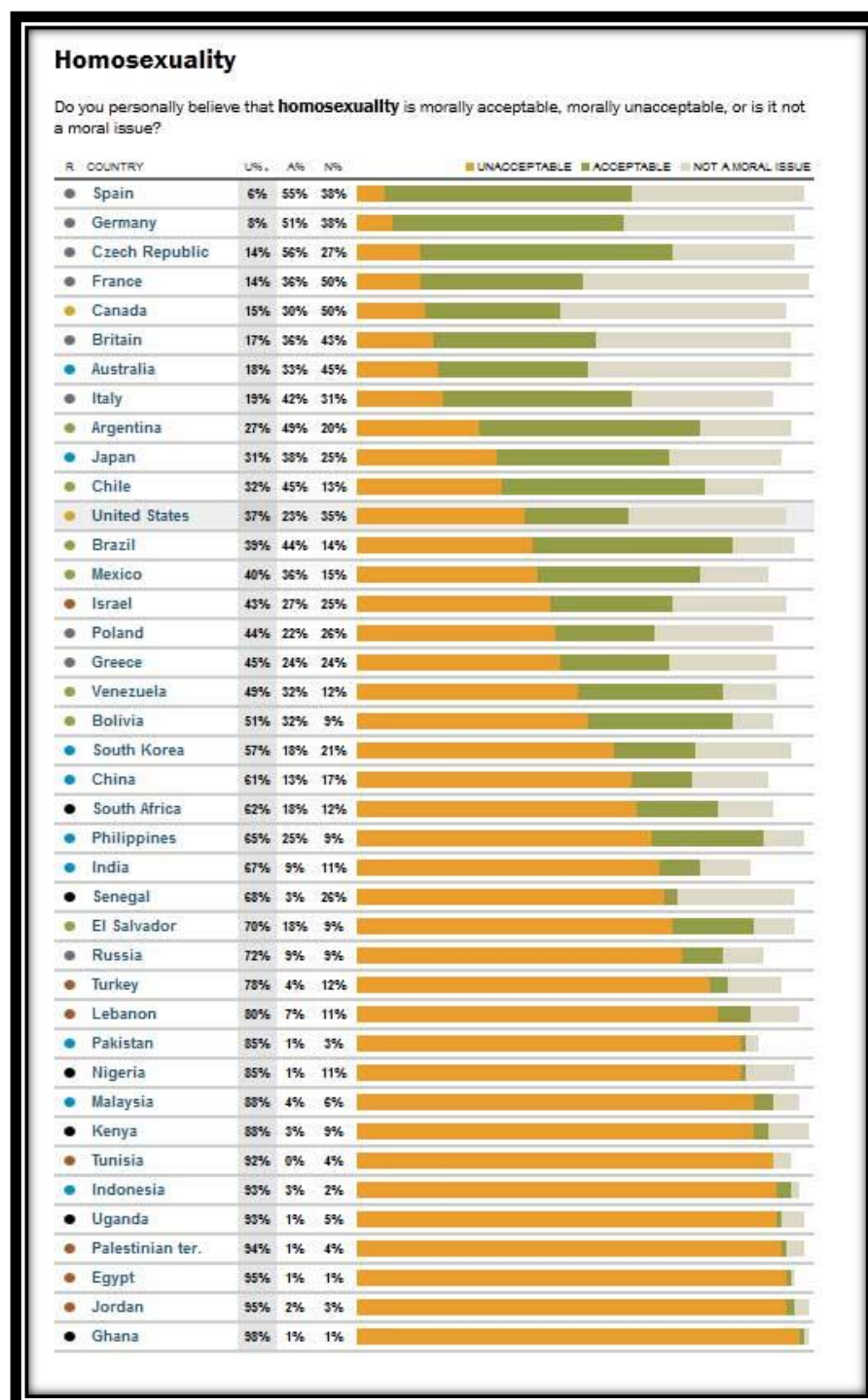
[https://elpais.com/politica/2015/06/25/actualidad/1435243061\\_680818.html](https://elpais.com/politica/2015/06/25/actualidad/1435243061_680818.html)

Según una encuesta de la consultora LGTBIQ+ Capital, España es el país con mayor aceptación a la homosexualidad con un 88% de la población.

Esto afecta sin duda, al turismo, identificando a España como un país tolerante y liberal y situándolo en el mapa como un destino seguro, con una captación de la quinta parte de negocio del turismo Gay dentro de la Unión Europea.

---

<sup>32</sup> **Homofobia:** es el rechazo constante de personas heterosexuales a personas que son homosexuales o bisexuales. Puede manifestarse de varias formas, como, por ejemplo, la invisibilización de las personas LGTBI o los crímenes de odio hacia ellos.



**Imagen 23: Estudio Pew research centre. Aceptación Homosexualidad.**

<https://www.dosmanzanas.com/2014/04/espana-encabeza-la-lista-de-paises-con-mayor-aceptacion-de-la-homosexualidad.html>



## **4 DESARROLLO**

### **4.1. Perfil del Turista LGTBIQ+**

Es indiscutible, que debido a causas socioeconómicas, el perfil del turista Gay, es sustancialmente diferente al de cualquier otro segmento, entre otras cuestiones, por marcadas diferencias en los estilos de vida, determinando un perfil muy marcado que ha dado lugar a un segmento muy delimitado.

Este tipo de consumidor tiene, como norma general, un mayor poder adquisitivo y un nivel de estudios superior, traducéndose en salarios más altos y un mayor nivel de renta disponible (en aquellos casos en los que no son tan elevados), por el mero hecho de no tener cargas familiares de ningún tipo.

Si a esta circunstancia le sumamos la posibilidad de vivir en pareja, aportando dos sueldos y compartiendo gastos, aumenta de manera directa la posibilidad de poder destinar más dinero al ocio y al turismo.

Existen 3 claves que nos ayudaran a entender mejor este segmento desde la perspectiva de mercado:

**DINK:** Double income, No Kids. Los homosexuales optan por núcleos urbanos y no suelen comprar una vivienda, ya que prefieren vivir de alquiler. A su vez el hecho de no tener hijos hace que este segmento destine su mayor parte de ingresos a gastos hedonistas o al ahorro. De esta manera la condición de DINKS lleva a considerar al turista LGTBIQ+, como un desestacionalizador turístico, ya que, al no tener hijos no se encuentran atados a las vacaciones tradicionales y sus viajes no dependen de los ritmos sociales impuestos. Ello permite un mayor número de desplazamientos y una mayor libertad a la hora de escoger destinos vacacionales.

**SINK:** Single income, No Kids. Aquí estarían englobadas las personas solteras que no viven en pareja y tampoco tienen hijos. Es un grupo en auge en casi toda Europa. Este es un grupo de individuos con un mayor compromiso y una mayor capacidad de gastos incluso que la categoría anterior.

**PINK:** Consumo rosa, conspicuo y de exhibicionismo social. En los últimos años se ha comenzado a hablar de dinero rosa, lo que remarca la importancia económica del gran segmento de mercado que representa el público LGTBIQ+.

Paul Thomson, fundador de la consultora **LGTB Capital**, afirma bajo un informe presentado en 2015, que el turista homosexual aporta cerca de 640.000 millones de euros al PIB mundial, y esto es posible gracias a la posibilidad que estos tienen de realizar viajes con más frecuencia y de duración más prolongada.

El instituto de España fija un gasto diario de 130 euros frente a los 80 del turista heterosexual.

El perfil de cliente gay, responde a una persona de entre 30 y 55 años, el cual reside en zonas urbanas y con un nivel cultural mayor, puesto que su nivel de estudios suele ser alto, factor que suele desembocar en posiciones superiores y por ende mayores ingresos.

El cliente gay valora mucho los establecimientos donde se aloja, siendo grandes críticos y muy sensibles a información que aportan paginas opiniones de viajeros.

Como norma cuentan con un alto poder adquisitivo y buscan exclusividad en los servicios y productos que consume, comprando una cantidad considerable de recuerdos y con preferencia por tours que incluyan todos los servicios durante sus visitas.

El perfil busca lugares en los que puedan vivir experiencias emocionantes, con una vida nocturna activa, gran oferta gastronómica y atractivos culturales o eventos deportivos. Fuente: <https://todoparaviajar.com/noticia/dink-uno-de-los-principales-atractivos-del-turismo-gay>

#### **4.1.1 Principales destinos turísticos LGTBIQ+ a nivel mundial**

La sensación de seguridad es un factor clave para determinar el flujo de turistas homosexuales.

El Turista LGTBIQ+, quiere mostrarse públicamente sin temor a ser vilipendiado o rechazado. Es por esto, que la comunidad gay ha identificado desde hace algún tiempo destinos turísticos propios, donde poder festejar, relajarse y explorar el ambiente sin temores a ser perseguidos.

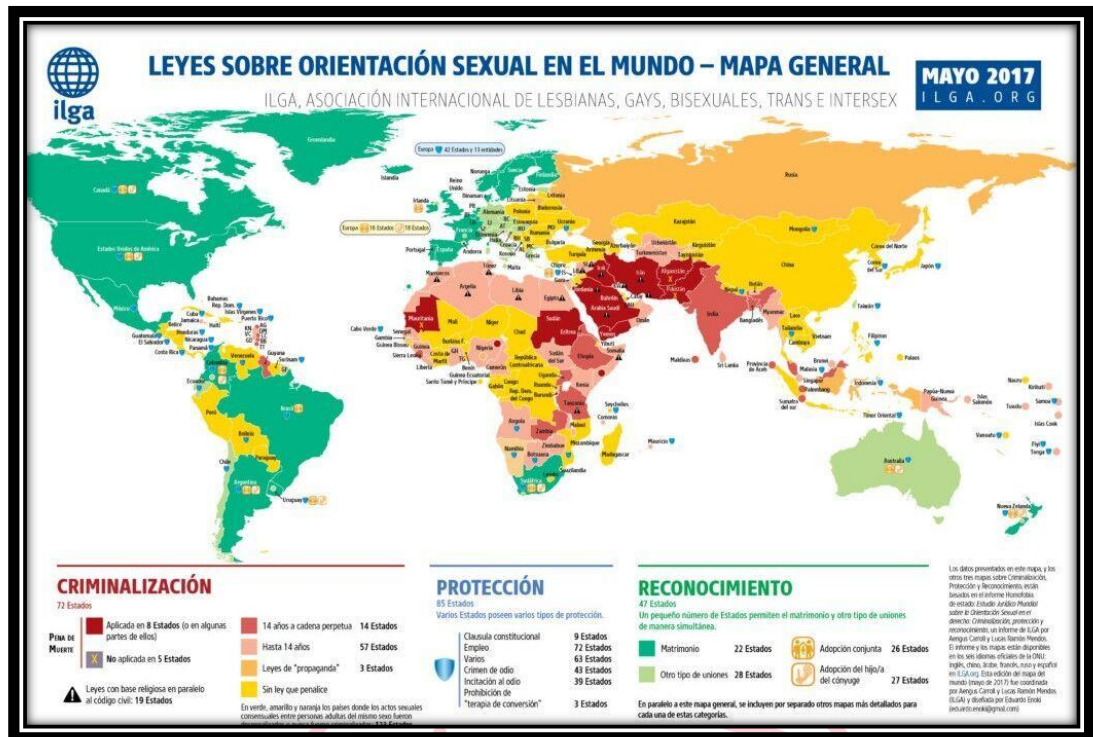
El clima, es sin duda, un factor clave a la hora de elegir cualquier destino, así los destinos de sol y playa son siempre más populares, sin embargo, la atracción de un destino para la comunidad homosexual depende sobre todo de la infraestructura adecuada, es decir, de si los bares, los clubes, o los hoteles admiten sin problema la presencia de homosexuales y lesbianas.

Esto, no es extensible a toda la comunidad, ya que gran parte de ellos realizan sus reservas como cualquier otro perfil de turista.

En la otra cara de la moneda se encuentran criterios como la prohibición de los desfiles del orgullo, crímenes de odio o políticas vigentes en los lugares de destino, donde la homosexualidad es perseguida y castigada con penas de prisión, o incluso de muerte. Recordemos que la homosexualidad continua siendo ilegal en más de 30 países aun hoy en la actualidad.

Fuente: [https://www.eldiario.es/sociedad/mapa-homofobia-mundo-tres-paises-castigan-penalmente-relaciones-homosexuales-seis-muerte\\_1\\_6502940.html](https://www.eldiario.es/sociedad/mapa-homofobia-mundo-tres-paises-castigan-penalmente-relaciones-homosexuales-seis-muerte_1_6502940.html)





**Imagen 24:** Mapa General. Leyes sobre orientación sexual.

<https://ilga.org/es/mapas-legislacion-sobre-orientacion-sexual>

Entre los principales destinos turísticos LGTBIQ+ a nivel mundial cabría destacar:

**Grecia:** La homosexualidad en Grecia es legal y socialmente reconocida y Grecia es hoy, uno de los países con más turismo gay del mundo. El Turismo gay y Grecia tiene historia desde hace décadas, porque aunque hoy ya se puede viajar libremente, hace tan solo unas décadas era impensable viajar siendo abiertamente Gay.

Mykonos, la isla Griega, se ha convertido en un refugio de lo más atractivo para el turismo Gay, en el que disfrutar de la fiesta, rodearse de la fiesta, y no tener que esconderse. Mykonos es una de las primeras fuentes de ingresos en Grecia y uno de los puntos clave, sin duda, un claro ejemplo de que el dinero rosa, ayuda mucho más de lo que creemos.

A pesar de que su política no es totalmente abierta, Mykonos es uno de los ejemplos de modelos que mejor han adaptado su oferta a este segmento, siendo esta una isla abierta y libre que se caracteriza por no hacer preguntas ni mirar mal a nadie.



**Imagen 25:** Imagen general destino Mykonos.

<https://mykonotraveller.com/gay-mykonos/>

La fiesta gay en Mykonos es continua, y sus 10.000 habitantes se multiplican fundamentalmente en verano, especialmente en eventos de especial relevancia como el **Gay Xlsior**, un festival internacional que se celebra la tercera semana de agosto.

La demanda se intensifica con la llegada de cruceros gay, adaptando la isla sus fiestas cada noche e incluso espacios en sus playas para la llegada de la comunidad.

Además de ser un paraíso de la música electrónica con playas paradisíacas, la isla dispone también de actividades menos agitadas y de lugares para el relax,

espacios de visita relacionada con el patrimonio, laberínticas calles, barrios recoletos o los famosos molinos, todo un emblema de la isla junto a la estampa de la pequeña Venecia.

Delas se encuentra muy cerca y allí se puede descubrir un tesoro arqueológico para conocer mejor la historia de Grecia. [Fuente: www.travelgay.es/www.gay-turismo.com](http://www.travelgay.es/www.gay-turismo.com)



**Imagen 26: XLSIOR Festival Mykonos.**

<http://www.mykonos-accommodation.com/espanol/informaciones-gay.htm>

- **Israel:** Tel Aviv fue declarada «Mejor Ciudad Gay del 2011» y desde hace unos años se encuentra en los primeros puestos de las listas de mejores destinos LGTBIQ+ de Medio Oriente. En la ciudad existe una gran oferta de vida nocturna, algo que la hace especialmente atrayente para los viajeros. En Israel, los derechos de los homosexuales han sido reconocidos legalmente y es el único país de Oriente Medio que reconoce las parejas de hecho gay, permite la adopción de niños e incluso reconoce los matrimonios gay contraídos en el extranjero.

Esto supone realmente un avance, en una cultura de contrastes, y de tradición Judía, donde aún es posible encontrar barrios que aún mantienen un estilo de vida y una vestimenta del Siglo XVIII.



**Imagen 27: Orgullo gay en Israel.**

[https://elpais.com/elpais/2018/06/08/album/1528477131\\_535731.html](https://elpais.com/elpais/2018/06/08/album/1528477131_535731.html)

Israel, es sin duda un ejemplo de país que avanza en derechos e igualdad, y el respeto a sus minorías lo convierte en el único país de estas características en todo Oriente Medio. Destaca su trato al colectivo LGTBIQ+, un gremio, que desde sus inicios ha contado con un fuerte rechazo social e institucional hasta hace apenas 20 años, y todo gracias al activismo de miles de gays y lesbianas en la lucha por la igualdad.

Tel Aviv es una de las ciudades más abiertas del mundo para el colectivo LGTBIQ+. Fuente [https://elpais.com/elpais/2018/06/08/album/1528477131\\_535731.html](https://elpais.com/elpais/2018/06/08/album/1528477131_535731.html)

Su fiesta del Orgullo gay se ha convertido en uno de los eventos más importantes a nivel mundial y tiene lugar en el mes de Junio.

Israel es y ha sido destino estrella para los Españoles, habiéndose visto incrementada la oferta de vuelos entre la ciudad de Barcelona y Tel Aviv.



- **Londres:** Históricamente el Reino Unido, ha experimentado una de las evoluciones más grandes de tolerancia hacia el colectivo LGTBIQ+. Desde el año 1967 la homosexualidad se despenalizó como un delito, con matices legalizándose por completo en los años 80.

**La unión civil entre personas**<sup>33</sup>, está legalizada desde el año 2004, año en que se aprobó la ley. Excepto en Irlanda del Norte, el matrimonio homosexual está permitido desde el año 2014.

Fuente: [https://es.wikipedia.org/wiki/Matrimonio\\_entre\\_personas\\_del\\_mismosexo\\_en\\_el\\_Reino\\_Unido](https://es.wikipedia.org/wiki/Matrimonio_entre_personas_del_mismosexo_en_el_Reino_Unido)



**Imagen 28:** Celebración Matrimonio gay en Londres.

<https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/El-matrimonio-gay-es-legal-desde-hoy-en-Inglaterra-20140329-0042.html>

Londres es una de las metrópolis más fascinantes y cosmopolitas de Europa habiéndose convertido en uno de los destinos favoritos para el colectivo.

Al margen de su arquitectura, historia y gastronomía Londres posee una de las escenas gays más florecientes del Reino Unido. Desde hace más de una década se ha convertido en una de las mayores comunidades para lesbianas, y gais de toda Europa.

---

<sup>33</sup> **La unión civil entre personas:** Acuerdo o contrato entre personas que no están casadas entre sí que busca institucionalizar una convivencia ya existente, en la que se comparte patrimonio y está constituida como núcleo familiar.

Durante el festival del orgullo que se celebra cada año en Junio, hay cientos de eventos que incluyen proyecciones de películas, eventos deportivos, de artes y teatro.



**Imagen 29: Celebración Orgullo Gay en Londres.**

<https://www.visitlondon.com/es/cosas-que-hacer/evento/25685785-pride-in-london>

Su oferta nocturna es muy variada, con gran oferta de bares y pubs gay. La principal zona gay de Londres es Soho, sin embargo hace unos años comenzaron a resurgir nuevas áreas, donde la comunidad se va acomodando, destacando el área de Vauxhall, adoptando el nombre de **Vauxhall gay Village** <sup>34</sup>.

Fuente: <https://espanol.planetaeuropa.com/gay/vauxhall-el-nuevo-corazon-gay-de-londres/>

No muy lejos de Londres Capital, y a escasa media hora en tren desde la estación de tren de Victoria, encontramos una pequeña ciudad costera, con una gran tradición gay y muy tolerante, **Brighton**.

---

<sup>34</sup> **Vauxhall gay Village:** (o Pueblo Gay de Vauxhall) se encuentra en la zona 1 de la ciudad, por lo tanto muy cerca de los monumentos más importantes de Londres. Cerca del río Támesis, esta zona ofrece una amplia gama de saunas, bares gay, casi todos localizados



Además de todos los atractivos de la ciudad, como el Royal Pavillion, construido por Jorge IV, y el atractivo de su playa encontramos uno de los eventos más famosos a nivel Europeo, su fiesta del orgullo gay.

Brighton cuenta con una amplia comunidad gay y una rica escena artística **"underground"**<sup>35</sup>, que contribuyen sin duda a aumentar su oferta turística.

Comenzó siendo un pequeño pueblo de pescadores y ahora es un importante destino para turistas homosexuales. **Oscar Wilde** <sup>36</sup>, pasaba largas temporadas en este pequeño pueblo, y aquí escribió obras como "La importancia de llamarse Ernesto".

Fuente: <https://shangay.com/2016/08/18/brighton-capital-gay-del-reino-unido/>



**Imagen 30: Fotografía Oscar Wilde.**

<https://www.larazon.es/cultura/20201016/eax6ud3uhzcs3kjjoqxe447k7q.html>

---

<sup>35</sup> **Underground:** Que tiene un carácter contestatario, crítico o experimental y está al margen de los circuitos comerciales habituales.

<sup>36</sup> **Oscar Wilde:** Fue un escritor, poeta y dramaturgo de origen irlandés. Wilde es considerado uno de los dramaturgos más destacados del Londres victoriano tardío.

- **Islandia:** Islandia es uno de los mejores ejemplos de tolerancia en Europa y una prueba viva, de que no solo los destinos de sol y playa ofrecen alicientes para la comunidad.

Islandia permite el matrimonio homosexual desde el año 2010, De hecho la ex primera ministra islandesa Johanna Siguroardottir fue la primera jefa de gobierno que no oculto su homosexualidad.

Desde su lanzamiento en 1999, el orgullo gay de Reikiavik se ha convertido en uno de los más dinámicos y populares de Islandia, atrayendo a más de 50000 turistas de todo el mundo, y siendo un porcentaje muy alto de la población el que se une a las celebraciones.

Islandia lidera el “Índice de felicidad gay”, un informe elaborado por Planeta romeo, una aplicación de citas.

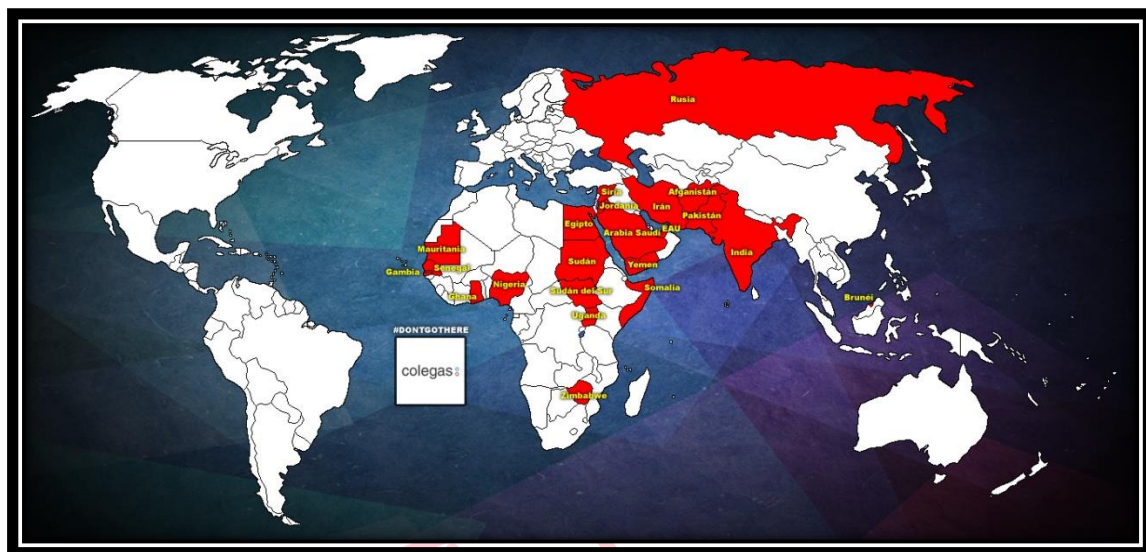
Llama la atención que siendo un país con una densidad de población de 120.000 personas, consiga reunir para sus fiestas del orgullo exactamente la misma cantidad de visitantes.

- **Canadá:** Está considerado como uno de los países más amigables y tolerantes, en general, con todas las minorías. Canadá, se ha convertido en las últimas décadas es uno de los principales destinos para Gais, Lesbianas, transexuales e intersexuales que solicitan asilo humanitario, el cual está permitido en el país desde 1993.

El matrimonio gay está permitido desde el 30 de julio de 2005, y es un auténtico pionero en la defensa de los derechos de la comunidad, habiendo su cámara prohibido recientemente, y en primera instancia cualquier tipo de “terapia de conversión”

Dinamarca, Suecia, Países Bajos, Austria, y Alemania siguen encabezando las listas de destinos más seguros para viajeros LGTBIQ+. En el continente americano, encabezan la lista Argentina, seguida de Chile, y en tercer lugar Estados Unidos mientras que el continente africano y la región de Oriente medio, es donde más presentes continúan las actitudes homófobas, siendo estos destinos sin ningún tipo de flujo de turista LGTBIQ+

Fuente. <https://astelus.com/los-paises-mas-gay-friendly-del-mundo/>



**Imagen 31:** 22 países a los que no viajar si eres gay.

[https://www.huffingtonpost.es/2014/05/29/paises-homofobos\\_n\\_5412176.html](https://www.huffingtonpost.es/2014/05/29/paises-homofobos_n_5412176.html)

Escuela Universitaria  
de Turismo

ALTAMIRA

#### 4.2.2 Principales destinos turísticos LGTBIQ+ en España

España es el país donde los homosexuales disfrutan de una mayor aceptación social de todo el mundo. Según un estudio elaborado por el **Pew research center** <sup>37</sup>, hasta el 88% de la población Española reconoce y defiende los derechos de los homosexuales, frente a un 11% que rechazan su igualdad, datos que sitúan a España en el primer lugar de tolerancia en el ranking mundial. Fuente: <https://www.pewresearch.org/topic/gender-lgbt/gender-equality-discrimination/>

Estudiando la evolución socio-económica, las empresas del sector turístico nacional de la mano de las competencias administrativas y las autoridades gubernamentales de los destinos, han fijado su atención en este creciente mercado.

Dadas las características y la versatilidad de la oferta en nuestro país, España es capaz de captar la atención del turista LGTBIQ+ durante todo el año y es por esta razón que conseguimos tan buenos resultados económicos.

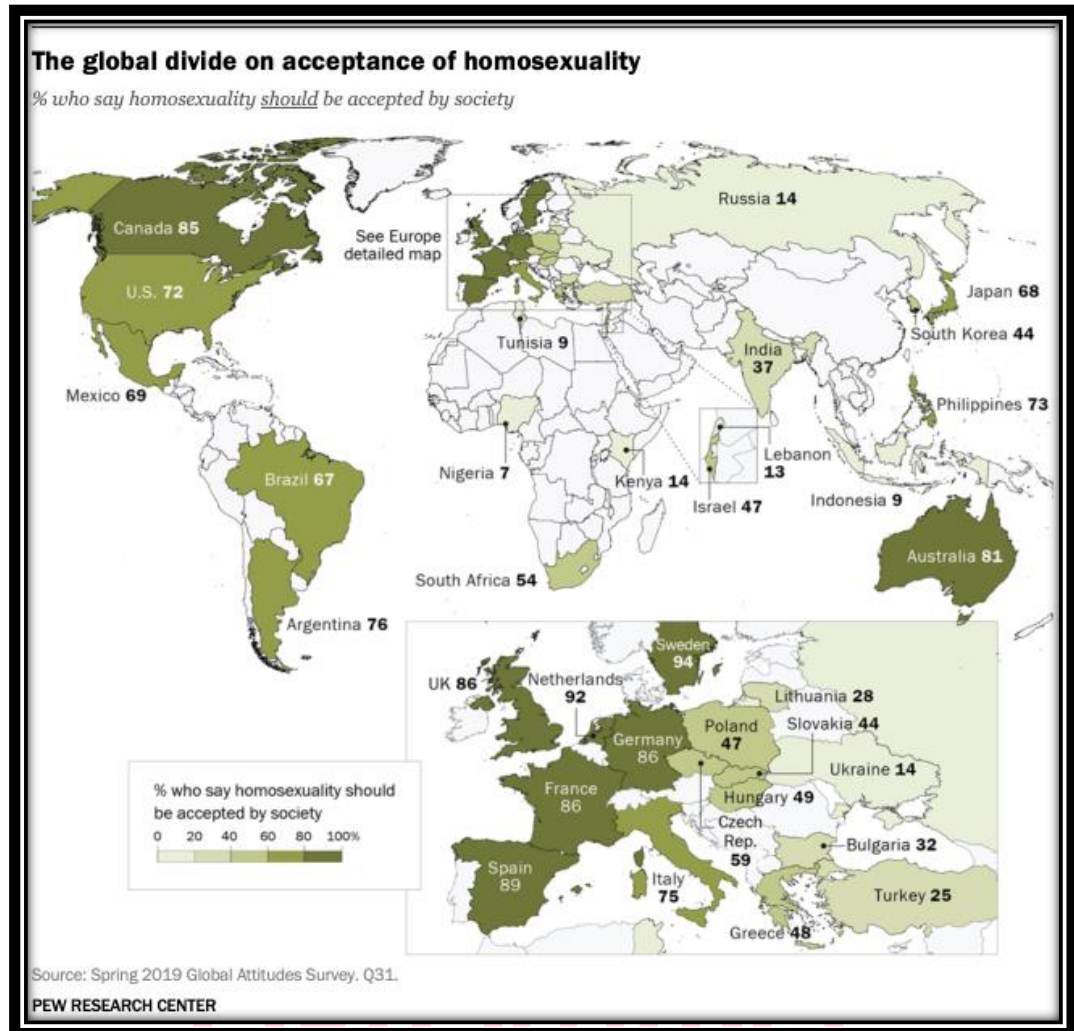
Los principales destinos de la geografía de nuestro país con más turismo LGTBIQ+ serían los siguientes:

- **Las Palmas de Gran Canaria** : El sur de la isla, concretamente Maspalomas, recoge de manera ininterrumpida y sin apenas estacionalidad, a un gran número de turistas homosexuales, en su mayoría de nacionalidad Inglesa o Alemana, que mantienen una ocupación mensual media anual del 80% según un informe estadístico del ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana, colocando así a Maspalomas como el primer destino de Europa durante gran parte del año, que aportan más de medio millón de turistas y casi 600 millones de euros de facturación.

---

<sup>37</sup> **Pew research Center:** El Centro de Investigaciones Pew (en inglés: Pew Research Center) es una organización sin ánimo de lucro con sede en Washington D. C. que brinda información sobre problemáticas, actitudes y tendencias que caracterizan a los Estados Unidos y el mundo

Gran Canaria lleva años promocionándose en las cabalgatas del orgullo gay de varias ciudades europeas, monta espacios propios en las áreas LGTBIQ+ de las ferias turísticas de Madrid y Barcelona



**Imagen 32:** El mundo según nivel de aceptación a la homosexualidad.

<https://www.pewresearch.org/global/2020/06/25/global-divide-on-homosexuality-persists/>

Su oferta turística no solo es capaz de responder a las necesidades de todo aquel que visita la isla debido a que posee una flota importante de hoteles, apartamentos turísticos, restaurantes, instalaciones deportivas, actividades culturales, ocio y negocios nocturnos, pero sobre todo playas, un clima soleado durante todo el año y un espacio natural conformado por las dunas, la



charca y el palmeral. Uno de los centros económicos de la playa del inglés, es el centro comercial Yumbo, único a nivel mundial por estar dedicado en exclusividad a esta comunidad, donde todos los recursos citados anteriormente están al alcance del turista y se convierte en el corazón de todas las actividades que se realizan en el sur de la isla.



**Imagen 33: Centro comercial Yumbo.**

<https://maspalomasahora.com/art/55986/el-yumbo-a-rebosar-tras-el-fin-del-toque-de-queda>

El Carnaval de Maspalomas se celebra a primeros de febrero, y puede llegar a recoger hasta 300.000 turistas en tan solo una semana. Uno de los eventos principales es la Gala Drag Queen celebrada desde el año 1998 en las inmediaciones del centro comercial Yumbo. Aquí los turistas pueden encontrar muchas actividades programadas.



La Gala es retransmitida por RTVE y desde hace unos años cadenas de Alemania y Austria también se hacen eco en sus algunas de sus cadenas locales.

**La patronal FEHT**<sup>38</sup> subraya que el turismo LGTBIQ+ representa el 15 por ciento del negocio turístico, es decir, la sexta parte de los 3.58 millones de turistas que visitaron Gran Canaria. [Fuente: https://www.efetur.com/noticia/turismo-gay-gran-canaria/](https://www.efetur.com/noticia/turismo-gay-gran-canaria/)

Seis países aportan a Gran Canaria más de la mitad de turistas homosexuales: España (19%), Alemania (14%), el reino Unido (13%), Suecia (7%) y Dinamarca (6%).



**Imagen 34: Carnaval Gay Maspalomas.**

<https://www.alamy.es/foto-maspalomas-gay-pride-parade-maspalomas-gran-canaria-islas-canarias-espana-104250007.html>

---

<sup>38</sup> **La patronal FEHT:** Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas La Federación, como organización profesional, tiene por objeto la coordinación, representación, gestión, fomento y defensa de los intereses empresariales de sus miembros

- **Torremolinos:** Es una pequeña ciudad de pescadores que supo transformarse y adaptarse al avance social de la época y por tanto a la demanda del turista. Fue en los años 70 cuando este destino abrió una importante puerta a Europa convirtiéndose en la cuna del turismo Español y de forma muy disimulada del turismo homosexual.



**Imagen 35:** Club Torremolinos.

[https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170805/236726723\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170805/236726723_0.html)

Poco a poco se fue forjando lo que hoy en día se conoce como ***la Nogalera***, una zona en el centro de la localidad que se ha convertido en uno de los núcleos más destacados del turismo Gayfriendly, en la cual el empresario local ha visto una oportunidad de negocio creciente económico.

La asociación de empresarios gays de Torremolinos (Acogat), ve como cada año el beneficio económico va creciendo para las diferentes empresas del sector. Solo el año pasado se crearon 1000 empleos directos en el sector del turismo LGTBIQ+.

Torremolinos ha recuperado el esplendor y la libertad sexual de los 70 trayendo consigo un aumento de la actividad comercial y turística.

La ciudad atrae cada año a miles de visitantes de todas partes del mundo.

Torremolinos ha sido siempre un referente en la lucha por los derechos LGTBIQ+, acogiendo uno de los orgullos más importantes de nuestro país, junto con del de Barcelona, Madrid y Maspalomas.

En el pasaje Begoña (Torremolinos), una calleja de apenas 50 metros llegaron a confluir hasta 50 locales para el turismo homosexual entre los años 62 y 71, en plena dictadura Franquista.

Fuente: <https://www.diariosur.es/costadelsol/torremolinos-convierte-destino-20180603224904-nt.html>

Fruto de la redada que allí tuvo lugar, ha sido declarado lugar de memoria histórica LGTBIQ+ por la junta de Andalucía y el congreso de los diputados.



**Imagen 36: Homenaje correos a pasaje de Begoña.**

<https://www.leonoticias.com/leon/correos-celebra-orgullo-20200618180855-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

En la actualidad existen 4 eventos que convierten a Torremolinos como un destino atractivo para el público gay.

El Orgullo gay en el mes de junio, el festival **Wonder beach** en las inmediaciones de la playa de los álamos en el mismo mes y que coincide con la llegada de los cruceros LGTBIQ+ más importantes.

Por último el **Matrix Sun festival**, que se celebra en el mes de agosto, este año, envuelto en polémica por los controles anti pandemia.

- **Madrid:** A principios de los ochenta, con el comienzo de la "**Movida Madrileña**", corriente cultural que comenzó tras la dictadura Franquista en España, la comunidad LGTBIQ+, se fue abriendo hueco en las inmediaciones de un pequeño barrio de negocios dentro del distrito centro, en pleno corazón de la ciudad.

<http://www.diariosalir.es/articulo/Madrid/el-barrio-de-chueca-de-madrid/20190710025259001242.html>

A pesar de que el barrio de Chueca, fue desde principios del siglo XX un lugar clandestino para los homosexuales, en los años de transición a la democracia se convirtió en una zona de tráfico de estupefacientes.



**Imagen 37:** Boca de metro del famoso barrio de Chueca.

<https://www.esmadrid.com/barrios-de-madrid/chueca>

El barrio, paso de ser un barrio marginal, hasta alcanzar el ambiente y carácter cosmopolita abierto que ha supuesto para el barrio el reconocimiento de su atractivo cultural de fama internacional pero sin perder el aire castizo



que posee en la actualidad. El mismo recibe su nombre del compositor de zarzuelas **Federico Chueca**, y en él, se abrieron en la zona algunos de los primeros locales destinados al colectivo (Café Figueroa, Black&White, Sachas, o la librería Berkana).

Desde aquella época, año tras año, las manifestaciones a favor de la libertad (Orgullo Gay), han ido cobrando cada vez más importancia.

La calle Pelayo, junto a la emblemática plaza de Chueca eran testigos del pregón anual de las fiestas del barrio, y eran importantes para los vecinos, pues en ellas se reflejaban los avances sociales que, con mucho sacrificio, se habían conseguido a lo largo de los años.

En el año 1997 aparecieron de forma espontánea las primeras carrozas que acompañaban a la manifestación. Es entonces cuando se crea una estructura reivindicativa y lúdica que será la clave de la identidad del orgullo gay de Madrid, y como consecuencia de su éxito.



**Imagen 38: Orgullo gay Madrid 1997.**

<https://shangay.com/2017/05/11/alaska-y-el-orgullo-de-1997-el-germen-del-worldpride-madrid-2017/>

En los años siguientes, el poder de convocatoria de los activistas atrajo a un gran número de visitantes a la ciudad y turistas de todo el mundo. La aprobación del matrimonio entre personas del mismo sexo fue otro de los motivos para los que Madrid fuera elegida capital mundial del orgullo en el año 2007, celebrándose el "Europride", y hecho culminante que situó a Madrid como un referente mundial de tolerancia, que aún hoy en día perdura en la memoria de muchos que lo siguen eligiendo como lugar de referencia y destino Gay.



**Imagen 39:** Iluminación Orgullo Gay Madrid.

<http://www.tiffotos.com/orgullo-gay/>

En el año 2012 Madrid, salió elegida, venciendo a competidores como Berlín o Sídney para celebrar el World Pride que tuvo lugar en el verano de 2017.



- **Barcelona:** Desde su salida del armario en los años 70, donde tuvo lugar la manifestación más grande del movimiento gay, Barcelona se ha ido convirtiendo en el destino ideal para turistas LGTBIQ+.

Barcelona ha sido un punto de referencia para la comunidad y todo un icono con la manifestación que a finales del franquismo, salió a las calles por las ramblas llegando casi hasta la fuente de canaletas, a pesar de la tremenda represión policial.



**Imagen 40:** Una de las pancartas exhibidas durante la manifestación.

<https://efs.efeservicios.com/foto/manifestacion-homosexuales-barcelona-2761977-pancartas-exhibidas-participantes-primer-manifestacion-homosexual-permitida/8002637449>

Barcelona se ha convertido poco a poco en uno de los destinos europeos favoritos para Gais, Lesbianas e intersexuales. Como metrópolis abierta y cosmopolita, la ciudad ofrece numerosos atractivos asociados a la diversidad y la libertad. Su epicentro se encuentra en el conocido barrio de la gaixample. A pesar de no ser un barrio exclusivo para Gais, buena parte del ocio y la actividad comercial se destinan a este público.

La gaixample es además un estupendo punto de partida para conocer la Barcelona modernista, al estar situado a pocos metros del famoso paseo de

Gracia, donde encontramos los mayores referentes de este movimiento con la Pedrera y la Casa Batlló.

El movimiento también se hace sentir en sus playas. Son populares los chiringuitos de la Mar Bella y de San Sebastián, opciones donde practicar el nudismo y con un ambiente muy animado y tolerante.



**Imagen 41:** Playa de San Sebastian.Barcelona.

<https://www.gaybarcelona4u.com/beaches/>

En verano, además de disfrutar del sol y del mar, se puede participar en varios festivales específicos para el público gay, como el famoso desfile del Pride, o el circuit festival que tiene lugar durante el mes de agosto y que atrae a miles de turistas, especialmente americanos, y europeos del norte. Barcelona ofrece mucho en el ámbito cultural también, celebrándose dos famosos festivales de cine gay y lésbico en los meses de julio y octubre.

Barcelona es el enclave LGTBIQ+ que es gracias al trabajo de diversas asociaciones que trabajan en pro de una ciudad abierta contra la discriminación, y que la han hecho pionera en la promoción de la igualdad de derechos. Fuente: <https://www.lavanguardia.com/vida/20080118/53428166589/barcelona-es-el-segundo-destino-turistico-gay-del-mundo.html#:~:text=La%20ciudad%20de%20Barcelona%20es,cada%20a%C3%B1o%20la%20capital%20catalana.>

- **Sitges:** A pocos kilómetros siguiendo la costa sur se encuentra Sitges, una población con encanto y una gran diversidad de locales de ambiente.

El turismo llegó a finales del siglo pasado y cambió por completo a esta localidad costera. Quienes descubrieron la ciudad fueron los pintores y los bohemios modernistas de Barcelona, llegando los turistas burgueses después. Su historia bascula sobre dos elementos: La eclosión artística de la Europa de entreguerras y la liberación del colectivo homosexual, especialmente durante el periodo de la transición.

Fuente: [https://www.abc.es/viajar/playas/abci-sitges-destino-exito-conviven-gays-familias-cultura-y-terror-201807170200\\_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.es%2F](https://www.abc.es/viajar/playas/abci-sitges-destino-exito-conviven-gays-familias-cultura-y-terror-201807170200_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.es%2F)



ALTAMIRA

**Imagen 42:** Sitges Inicios años 70.

[https://www.eldiario.es/canariasahora/premium-en-abierto/homosexuales-vagos-maleantes-peligrosos\\_1\\_3991002.html](https://www.eldiario.es/canariasahora/premium-en-abierto/homosexuales-vagos-maleantes-peligrosos_1_3991002.html)

El fin de la despenalización de la homosexualidad trajo un importante cambio social y turístico que la pequeña ciudad de Sitges supo aprovechar muy bien, inaugurando su primera discoteca gay en los años 80, Tráiler, aún abierta en la actualidad.

Sitges se ha mantenido como uno de los principales destinos LGTBIQ+ a nivel europeo, y está posicionado a nivel internacional como destino Gayfriendly, combinando perfectamente eventos con Barcelona, combinando y completando siempre la oferta entre ambos ayuntamientos.

Entre sus eventos más importantes están sin dudarlo, el Gay Pride, y el famoso carnaval de Sitges, celebrado desde hace más de cien años.

Es un destino ideal por muchos motivos, pero destacamos cinco por los cuales este es el destino idílico para Gais y Lesbianas: Sus Playas, Sus tiendas, Sus Shows, Su vida nocturna, y por supuesto su actitud y aceptación hacia el colectivo LGTBIQ+.



**Imagen 43: Sitges Carnaval.**

<https://fusterapartments.com/blog/es/2016/01/carnaval-de-sitges-barcelona/>



## **5 MARKETING Y FERIAS ESPECIALIZADAS**

Antes de abordar las características propias del segmento LGTBIQ+, es preciso entender la definición de marketing y segmentación de mercado. No se debe identificar el marketing con las ventas, sino con la satisfacción de las necesidades de la sociedad.

Según Kotler, Estadounidense economista y especialista en marketing identifica a este último término como ***"Un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros"***. Fuente: <https://www.reasonwhy.es/reportaje/philip-kotler-padre-marketing-moderno>

Las personas que pertenecen al sector LGTBIQ+ exteriorizan ciertas necesidades sociales, entre ellas, la aceptación y pertenencia a un grupo social. Es ahí, en la unificación de sus demandas, donde se abre un nuevo segmento de mercado. Cuando se identifican dentro de un grupo de clientes a otros que responden de forma diferente a las estrategias, nos encontramos con una nueva oportunidad, sobre la cual hay que aplicar planes de marketing y comunicación diferente.

El primer paso para triunfar en cualquier estrategia de marketing es el estudio del consumidor, cuáles son sus necesidades y sus motivaciones para poder así crear una a medida del cliente.

Hasta hace relativamente pocos años, este segmento había sido insatisfecho, pues se consideraba tan solo un nicho de mercado, no invirtiendo tiempo ni nuevas fórmulas que permitieran llegar realmente al público. A partir de 1969, y tras la rebelión de stonwall, este pequeño nicho pasa a considerarse segmento de mercado en Estados Unidos.

Con el surgimiento de movimientos en Europa, con especial hincapié en Francia, Inglaterra, Australia y Canadá durante los años 70, comienza el avance del famoso dinero rosa, y comienzan a relacionarse el poder adquisitivo del mismo con publicidad, patrocinios y eventos LGTBIQ+, o el uso de cualquier elemento del marketing mix que tenga como objetivo este nuevo gran segmento.

Durante los años 90 era suficiente con ejecutar campañas adaptadas, pero a medida que la competencia iba creciendo, siendo cada vez más empresas las que se dirigían al sector comenzaba a ser mucho más complicado.

El marketing LGTBIQ+ raras veces puede basarse solo en la publicidad tradicional y se ve obligado a crear sofisticados mix de comunicaciones que incluye publicidades, marketing directo, promociones por internet y presencia en la comunidad.

El perfil del consumidor LGTBIQ+ es muy sensible, y muy fiel a la marca razón, que lleva a las empresas a integrar en su imagen y filosofía corporativa el termino gayfriendly, y de esta manera abrir un producto o servicio, sin necesidad de estar dirigidas exclusivamente.

El sector turístico ha sido pionero en investigar los comportamientos de compra de la comunidad LGTBIQ+.

Destinos de todo el mundo, cadenas de hoteles, compañías aéreas, administraciones, cadenas de grandes almacenes son objeto de interés y de análisis.

Este colectivo se perfila dentro del gran consumo como "early adopters", que van creando tendencias de consumo que luego adoptan los heterosexuales. En un informe " Consumo con orgullo", que ha elaborado la **consultora**



**Nielsen** <sup>39</sup> se afirma que la comunidad va uno o dos años por delante de todo lo que tiene que ver con el gran consumo.

España cuenta con una buena oferta y un buen producto, que hace fácil trabajar con estrategias de marketing para atraer a la turista LGTBIQ+ y seguir consolidando la marca España.

La psicología de consumo de la comunidad LGTBIQ+, ha sido analizada y estudiada por marcas no solo de Turismo. A modo ejemplo, Apple, Adidas, Nike, GAP, Abercrombie, Calvin Klein, Levis, Zara, H&M, han invertido tiempo y esfuerzos con exitosas campañas para la comunidad.

La fundación LGTBIQ+ de Hong Kong señala que si la comunidad fuera un país este sería el cuarto con la renta más alta del mundo en términos nominales, motivo suficiente como para invertir esfuerzos en conocer mejor las necesidades y adelantarse a las mismas.

El mes del orgullo explica que es el marketing LGTBIQ+ y su importancia, pues es una gran oportunidad para hacer negocios y las grandes firmas sacan ediciones limitadas de sus productos.

En 2017, el foro económico mundial trató el tema de los derechos LGTBIQ+ resaltando los beneficios de la aprobación del matrimonio igualitario y la despenalización de las relaciones entre personas del mismo sexo. Esto demuestra que el no alinearse con el proyecto de creciente inclusión a la comunidad LGTBIQ+ implica perder la oportunidad de atraer importantes inversiones y los países que mantienen leyes que no sancionan la discriminación pierden billones de dólares.

---

<sup>39</sup> **Consultora Nielsen:** Nielsen ofrece información de mercados integrada recopilada de una gran variedad de fuentes, avanzadas herramientas de gestión de la información, sofisticados sistemas y metodologías de análisis junto con un servicio profesional personalizado, para que nuestros clientes encuentren el mejor camino hacia el crecimiento

Únicamente en EEUU el poder de consumo de la comunidad es de 800 mil millones de dólares: además los clientes de esta comunidad son de los más fieles. Los gais no solo tienen un mayor poder adquisitivo, sino que están dispuestas a gastar más y a retribuir a las empresas con su fidelidad premiando así su apoyo a la causa.

Las grandes firmas han sabido beneficiarse de esto.

Starbucks, por ejemplo le dijo a un accionista homofobo que podía vender sus acciones sino estaba de acuerdo haciéndose el video viral en YouTube.

Después de la tragedia de la discoteca en Orlando, la marca Uber ofreció servicios gratis para la comunidad. Hoy es la más utilizada por la misma.

Fuente: <https://exe.education/noticias/pink-marketing-y-lgtbi-el-mercado-de-la-diversidad-y-los-negocios/>

<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/marketing/guinos-marcas-comunidad-lgbt-no-caen-saco-roto-dan-alas-inclusion>



**Imagen 44.** Ejemplo de adaptación del marketing a la diversidad.

<https://www.youtube.com/watch?v=GrCDg7v73wU>

### 5.1. Feria Internacional de Turismo (FITUR), Madrid.

El segmento LGTBIQ+ ha pasado de ser un desconocido a tener una enorme relevancia en la cuenta de resultados de muchas empresas y destinos que lo captan. Tanta es la importancia que en el año 2011 la feria decidió contar con una nueva área expositiva dedicada en exclusiva al turismo gay, con el objetivo de dar a conocer las particularidades de este mercado que por su oferta y demanda turística merecía un tratamiento especializado dentro del salón.

La iniciativa surgió con el apoyo del patronato de turismo de Madrid y se gestionó y comercializó por fitur, bajo el epígrafe Fitur LGTBIQ+.



**Imagen 45.** Cartel FITUR LGTBIQ+.

<https://shangay.com/2020/01/17/fitur-gay-lgtbi-2020-madrid-feria-internacional-del-turismo/>

Desde el propio FITUR se destacó la posibilidad de negocio, el impacto mediático, la normalización y la visibilidad de este mercado que cuentan con una relevancia de impacto internacional para el sector.

En el año 2012, se realizó una segunda edición y se identificó un incremento del 22% de exposiciones y participación de grandes grupos turísticos importantes e importantes destinos, así como 64 conferenciantes en diferentes paneles, apoyo de todas las instituciones políticas de toda ideología, y una impresionante repercusión mediática.

Fitur Gay 2012, fue también el lugar elegido por la organización mundial de Turismo (OMT), para presentar su primer estudio a nivel mundial sobre turismo LGTBIQ+ desarrollado con **IGLTA**<sup>40</sup>.

En la siguiente edición 2013, la asistencia fue tan grande que se mudaron al pabellón de las américas, uno de los más concurridos de FITUR.

En 2014 se sumaron nuevas dinámicas basadas en la normalización, se potenciaron las reuniones sectoriales y el networking y hubo importantes incorporaciones como Ibiza y Maspalomas, donde Ibiza presentó un video promocional de turismo LGTBIQ+ que conto con más de un millón y medio de visitas, resaltando la importancia que la isla tiene para el colectivo.

Tras 10 años de trayectoria desde que comenzara esta iniciativa FITUR GAY, se ha convertido en el perfecto escaparate para la presentación de nuevas tendencias, y sobre todo de negocio.

Fuentes: <https://www.ifema.es/fitur/noticias/fitur-lgtb-destinos-diversidad>

<https://www.ifema.es/fitur/fitur-lgbt>

<https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20190123/454255960104/fitur-2019-feria-del-turismo-ifema-madrid-lgtb-turismo-gay.html>

---

<sup>40</sup> **IGLTA**: La más importante es la Asociación Internacional de Turismo Gay y Lésbico, abreviada IGLTA por su nombre original en inglés: International Gay & Lesbian Travel Association. La IGLTA es una red internacional dedicada a poner en contacto a turistas homosexuales de todo el mundo

## **6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS**

A la vista de los resultados económicos que hemos podido ver, queda de manifiesto que es necesaria la especialización de la oferta turística hacia el colectivo LGTBIQ+, y la de formaciones específicas para los profesionales del sector. Como se ha dejado de manifiesto, y por muy banal que parezca, sus gustos y costumbres son muy diferentes de los de cualquier otro segmento de mercado, y es necesario ajustar la oferta y los servicios a sus necesidades y gustos, teniendo en cuenta la cantidad de dinero que esto revierte en las empresas del sector, y por ende en el PIB de las economías.

Dada la representación que dicho beneficio tiene sobre nuestra economía en España, no podemos obviar o pasar por alto a este segmento y debemos de crear culturas en nuestras empresas y empleados basadas en el conocimiento profundo de la comunidad LGTBIQ+.

El empresario se ha sabido encaminar hacia un mercado tremendamente rentable, lo cual ha beneficiado a ambas partes, obteniendo beneficio, y convirtiendo a un grupo marginal, nicho de mercado hace unos años, en uno de los segmentos más importantes a nivel turístico.

Ha quedado claro, que este segmento asume sus formas de ocio y diversión en los viajes de manera muy diferente al resto.

Por otro lado hay determinadas empresas que han identificado el dinero rosa como una mera fuente de ingresos, olvidándose de lo más importante, como son la conquista de derechos y los valores igualitarios, cuestión que indigna al colectivo, que como hemos visto es fiel a aquellas marcas en donde siente un verdadero respeto, y entendimiento de la diversidad y tolerancia hacia el colectivo.

La sociedad está cambiando a marchas forzadas, pero es cierto que queda aún mucho camino que recorrer. Las agresiones homofobas que hemos visto durante estos días destacando el asesinato de Samuel Luiz el pasado 03 de Julio en La Coruña, al grito de "*maricon de mierda*", dejan de manifiesto que aun, hoy en día, sentir de manera "diferente", puede suponer un problema en según qué lugares



Repasar la historia LGTBIQ+ a lo largo del tiempo, pasando por las diferentes épocas, me ha hecho mucho más consciente de aspectos que desconocía.

Como parte integrante de la comunidad y trabajador en activo en una empresa integradora con todos estos valores, he tomado una conciencia aun mayor de algunos huecos que aún me quedaban por cubrir y que sin duda aplicaré en mi vida profesional en adelante.

Es primordial contratar personal no solo cualificado para el puesto, sino con un nivel de conocimiento alto para poder proporcionar un servicio a medida a todos nuestros clientes. Es posible que antes de realizar esta investigación, no tuviera demasiado en cuenta este factor, pero después de estudiar el perfil de cliente he tomado aún más conciencia de la necesidad de este punto.



## **7. INDICE DE IMÁGENES/GRÁFICOS/TABLAS**

Imagen 1. Aportación actividad Turística al PIB y empleo .....	5
Imagen 2. El tamaño de la economía LGTBIQ+ .....	6
Imagen 3: "La Chueca Andalusí" .....	12
Imagen 4: "La Ciudad de pescadores que alzo la bandera.....	13
Imagen 5: Primer Topless de Gala. Torremolinos .....	13
Imagen 6: Hotel Pez Espada. Torremolinos 1963.....	14
Imagen 7: Pasaje Begoña años 60 .....	15
Imagen 8: Manifestantes por la liberación gay el 26 de junio de 1977 .....	16
Imagen 9: Huacos de la Cultura Moche y Vicus .....	20
Imagen 10: Niankhkhnum y Khnumhotep.Primer beso.....	21
Imagen 11: El amante de Zeus Ganimedes .....	22
Imagen 12: Escenas de sexo en representaciones artísticas romanas: .....	23
Imagen 13: Pedro Berruguete: Santo Domingo presidiendo un auto de fe .....	24
Imagen 14. Ilustración con alto contenido sexual de la Antigua China .....	25
Imagen 15. Homosexuales condenados en la Alemania Nazi .....	25
Imagen 16. Tensión Stonewall carga policial .....	27
Imagen 17. Primera marcha Gay Nueva York .....	27
Imagen 18: Primera marcha Orgullo gay. Barcelona. 1977 .....	28
Imagen 19: Principales destinos Gayfriendly.....	29
Imagen 20: Robert Galbraith Heath aplicando un electroshock .....	31
Imagen 21: Los Village People.Icono revolución sexual en los 80 .....	33
Imagen 22: Zerolo abraza a un compañero a las puertas del Congreso.....	34
Imagen 23: Estudio Pew research centre. Aceptación Homosexualidad .....	35

Imagen 24: Mapa General. Leyes sobre orientación sexual .....	39
Imagen 25: Imagen general destino Mykonos .....	40
Imagen 26: XLSIOR Festival Mykonos.....	41
Imagen 27: Orgullo gay en Israel .....	42
Imagen 28: Celebración Matrimonio gay en Londres.....	43
Imagen 29: Celebración Orgullo Gay en Londres .....	44
Imagen 30: Fotografía Oscar Wilde .....	45
Imagen 31: 22 países a los que no viajar si eres gay .....	47
Imagen 32: El mundo según nivel de aceptación a la homosexualidad .....	49
Imagen 33: Centro comercial Yumbo.....	50
Imagen 34: Carnaval Gay Maspalomas .....	51
Imagen 35: Club Torremolinos .....	52
Imagen 36: Homenaje correos a pasaje de Begoña .....	53
Imagen 37: Boca de metro del famoso barrio de Chueca .....	54
Imagen 38: Orgullo gay Madrid 1997.....	55
Imagen 39: Iluminación Orgullo Gay Madrid .....	56
Imagen 40: Una de las pancartas exhibidas durante la manifestación .....	57
Imagen 41: Playa de San Sebastian.Barcelona .....	58
Imagen 42: Sitges Inicios años 70 .....	59
Imagen 43: Sitges Carnaval .....	60
Imagen 44: Ejemplo de adaptación del marketing a la diversidad .....	64
Imagen 45: Cartel FITUR LGTBIQ+ .....	65

## **8. REFERENCIAS**

### **8.1. BIBLIOGRAFIA:**

- <https://www.elespanol.com/cultura/historia/20201209/hom>
- <https://matadornetwork.com/es/homosexualidad-america-prehispanica/>
- [https://matadornetwork.com/es/homosexualidad-america-prehispanica/osexualidad-roma-aceptada-luego-perseguida-emperador-cambio/500700249\\_0.html](https://matadornetwork.com/es/homosexualidad-america-prehispanica/osexualidad-roma-aceptada-luego-perseguida-emperador-cambio/500700249_0.html)
- [http://www.fertilab.net/gineclopedia/sexualidad/homosexualidad/historia\\_de\\_la\\_homosexualidad\\_1](http://www.fertilab.net/gineclopedia/sexualidad/homosexualidad/historia_de_la_homosexualidad_1)
- <https://elobrero.es/cultura/40531-como-veian-los-romanos-las-relaciones-homosexuales.html>
- <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20180628/dia-orgullo-gay-historia-28-junio-5234055>
- <https://www.newtral.es/personas-lgtbi-homosexualidad-trans-cis/20210629/>
- <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/66118-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4564456577951-2-10-20200214.pdf>
- [https://www.hosteltur.com/62824\\_turistas-gay-gastan-23-mas.html](https://www.hosteltur.com/62824_turistas-gay-gastan-23-mas.html)
- [http://ibdigital.uib.es/greenstone/sites/localsite/collect/monografiesHistoriaNatural/index/assoc/Monograf/iesSHNB\\_/2020vol0/31p495.dir/MonografiesSHNB\\_2020vol031p495.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/sites/localsite/collect/monografiesHistoriaNatural/index/assoc/Monograf/iesSHNB_/2020vol0/31p495.dir/MonografiesSHNB_2020vol031p495.pdf)
- <https://www.feminiza.com/las-personas-homosexuales-ganan-mas-dinero-que-sus-pares-heterosexuales>
- [https://www.researchgate.net/publication/50813971\\_Oferta\\_y\\_demanda\\_en\\_el\\_mercado\\_turistico\\_homosexual\\_Una\\_propuesta\\_de\\_estrategias\\_de\\_intercambio\\_para\\_la\\_mejora\\_del\\_marketing\\_en\\_el\\_segmento](https://www.researchgate.net/publication/50813971_Oferta_y_demanda_en_el_mercado_turistico_homosexual_Una_propuesta_de_estrategias_de_intercambio_para_la_mejora_del_marketing_en_el_segmento)
- <https://astelus.com/hoteles-gay-en-espana/>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_LGBT](https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_LGBT)
- <https://www.traveler.es/experiencias/galerias/los-30-destinos-mas-gay-friendly-del-mundo/1127/image/55320>
- <https://www.empresasgayfriendly.com/novedad/mykonos-magia-gay-en-el-mar-egeo/>

[https://www.abc.es/viajar/abci-aviv-saca-punta-turismo-201202030000\\_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.abc.es/viajar/abci-aviv-saca-punta-turismo-201202030000_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F)

<https://www.efe.com/efe/espana/sociedad/tel-aviv-estalla-de-orgullo-con-la-vuelta-del-multitudinario-desfile-lgtb/10004-4571744>

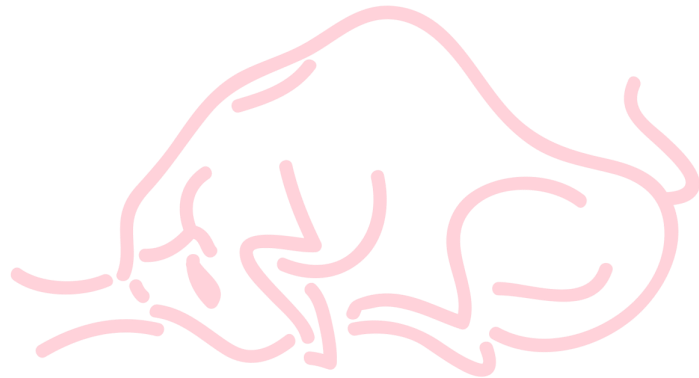
<http://gayandpride.com/destinos-recomendables>

<https://www.traveler.es/viajeros/articulos/indice-paises-viajeros-gay-friendly-2019/14722>

<https://www.efetur.com/noticia/turismo-gay-gran-canaria/>

<https://www.luismaram.com/marketing-lgbt/>

[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/01/17/sentidos/1484679197\\_856233.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/01/17/sentidos/1484679197_856233.html)



Escuela Universitaria  
de **Turismo**

---

**ALTAMIRA**



## **8.2. WEBGRAFÍA**

[www.aegal.es](http://www.aegal.es). (Última Consulta 07.07.2021)

[www.cogam.es](http://www.cogam.es) (Última Consulta 02.08.2021)

[www.colegamadrid.org](http://www.colegamadrid.org) (Última Consulta 02.08.2021)

[www.elpais.com](http://www.elpais.com) (Última Consulta 06.08.2021)

[www.iglta.org](http://www.iglta.org) (Última Consulta 06.08.2021)

[www.rae.es](http://www.rae.es) (Última Consulta 06.08.2021)

### **Documentación Digital:**

Documental "Bajo el sol de Torremolinos", Crónicas RTVE (Junio 2011).  
(Última Consulta 02.08.2021)

Documental "Historia de la Costa del Sol de y del hotel espada" **YouTube**  
<https://www.youtube.com/watch?v=HPioC1QBQXI> (Última Consulta  
02.08.2021)

Documental "Más allá de stonewall", La Noche temática de la 2 RTVE (Julio  
2021). (Última Consulta 02.08.2021)

Documental "La memoria Homosexual Pasaje Begoña" YouTube. (Diciembre  
de 2020). (Última Consulta 02.08.2021)

Documental "La homosexualidad en el Franquismo: Represión, Censura y  
estrategias de representación. Alejandro Melero, profesor comunicación  
audiovisual Universidad Carlos III. (Última Consulta 02.08.2021)

Documental "Mama soy gay". RTVE. (Última Consulta 07.07.2021)

Documental especial "Camino al orgullo". Tele Madrid (Junio de 2017).  
(Última Consulta 03.08.2021)

Documental Chueca. El orgullo de construir un barrio. YouTube (Mayo 2018).  
(Última Consulta 06.08.2021)

## **9. ANEXOS**

### **9.1 Anexo 1: Entrevista Juan Julia. Presidente Axel Hoteles.**

Existen entrevistas realizadas al presidente de Axel Hoteles Juan Julia, de las que plasmaremos algunas de las preguntas y respuestas a continuación.

**P. Podríamos decir que Axel Hotels ocupa un nicho de mercado en los destinos que ocupa, el de la hotelería LGBT, en el que prácticamente ¿no tiene competencia?**

**R.** Actualmente no existe una competencia directa al 100% en cuanto a ninguna otra cadena hotelera que se proclame abiertamente enfocada al segmento LGBT como lo hacemos nosotros, ahora bien, como cadena hotelera, competimos en el mercado con cualquier otro hotel que se asemeje a nosotros en cuanto a instalaciones, ubicación, calidad y servicio, por lo que los clientes nos comparan en cuanto a precio y servicios con otros establecimientos. Aunque tenemos a favor

La diferenciación y nuestro claro enfoque a un nicho de mercado muy concreto, no hay que perder de vista que nos encontramos en un mercado muy competitivo y cada día más agresivo en precios, comparadores e intermediarios. Por otro lado existe algún imitador (hotel individual) pero que no ha sabido conseguir un producto como Axel y posicionarse dentro de la comunidad LGTBIQ+ como hotel de diseño, heterofriendly, con alto nivel de servicio y calidad, excelente relación calidad/precio y muy dinamizadores de espacios “vivos” donde el cliente se encuentra con la comunidad local LGTBIQ+.

**P. ¿Cómo desarrollan su política de fidelización de clientes en Axel Hotels?**

**R.** Nosotros no nos basamos en programas de puntos ni en las políticas de fidelización habituales y estandarizadas en el mercado ya que para lo cual es necesario tener una masa crítica de producto muy importante, sino que basamos nuestra fidelización en el trato y servicio personalizado a nuestros clientes en el día a día. De forma continuada desarrollamos acciones y estrategias que nos permiten llegar al cliente directamente y permanecer en contacto constante con él para aportarle valor añadido necesario ajustándonos a sus necesidades. Por ello no

hemos creado un programa estándar consistente en puntos por estancia o en premios concretos por repetición, sino apostamos por un modelo más cualitativo y que genere más valor, siempre adecuado a nuestro target, que haga sentir a nuestros clientes especiales y exclusivos, que se sientan en definitiva cuidados, de una forma más emocional, haciéndoles crear un vínculo con la marca lo cual es mucho más difícil de romper que un programa estándar basado en las cifras. Entre estas acciones se encuentran beneficios y ventajas exclusivas que sólo encuentran reservando a través de nuestro canal, ofreciéndolo como una puerta de entrada al mundo Axel, el contacto directo y apoyo personalizado a través de las redes sociales, el blog, las diferentes plataformas de reputación online, nuestra red social propia AxelPeople únicamente para clientes de nuestros hoteles, nuestra nueva APP TRaveler que ofrece una guía interactiva y rutas personalizadas por la ciudad de destino, invitaciones a los diferentes eventos y fiestas, propuestas de ocio alternativas adecuadas a nuestro público objetivo, opciones de Lifestyle para público LGBT...etc. Todas estas acciones están enfocadas a satisfacer al cliente durante su estancia cuidándole al detalle con el objetivo de satisfacer sus expectativas concretas y aportándole experiencias únicas que no encuentre en otros hoteles.

**Dicen que ante una mala experiencia, por ejemplo en un hotel, el marketing viral funciona con más velocidad y mayor influencia en la decisión para el segmento LGTBIQ+ ¿Qué opina al respecto? ¿Qué papel juegan las redes sociales en el día a día de la cadena?**

**R.** Juegan un papel clave, a día de hoy las redes sociales y las plataformas de reputación online son canales que te permiten estar en contacto directo con tus clientes y conectarte con sus necesidades, sus opiniones y su comportamiento como consumidores, lo cual aporta información privilegiada para poder enfocar tu estrategia de forma totalmente medida y personalizada. Además, estas herramientas permiten interactuar directamente con los clientes y que ellos tengan acceso de primera mano a la empresa para todo aquello que necesiten y para que se sientan respaldados en todo momento, lo cual hace que tengan una vía mucho más directa a la hora de exponer quejas, críticas y experiencias insatisfactorias, y del mismo modo a la inversa cuando su experiencia ha superado sus expectativas positivamente. El

cliente LGBT es de los más exigentes del mercado y muy tecnológico, por lo que hace que la presión y la búsqueda de la excelencia de calidad sea muy alta en los hoteles Axel ya que nuestro público está acostumbrado a hacerse oír en las redes sociales y ello hace que nuestra obsesión por la satisfacción y cumplimiento de expectativas sea superior a la media en hostelería. Por poner un ejemplo, nuestros hoteles tienen una media muy superior de "reviews" que un hotel similar por localización, así como un número de fans y followers en las redes sociales muy superior a la

Los informes realizados por la Organización Mundial de Turismo de Naciones Unidas (OMT/UNWTO) e IGLTA (International Gay & Les Travel Asociation), sobre Turismo LGBT, así como el del World Travel & Tourism Council (WT&TC), apuntan que el ser un destino con Turismo GAY contribuye a los avances sociales y la normalización y puede a su vez ser vital en la cuenta de resultados para el sector turístico y económico de dicho destino...

Cada vez más, la constante evolución y penetración en el mercado de las diferentes asociaciones internacionales de turismo LGBT como IGLTA, GLAAD o Community Marketing, contribuyen a consolidar la normalización del colectivo en la sociedad y su integración en el sector turístico, y sobre todo y concretamente en el caso de la IGLTA por su gran labor de educación, integración y normalización a nivel turístico internacional.

Se estima que, a nivel mundial, el poder adquisitivo de la comunidad gay llega a los 700 mil millones de dólares anuales. En base a estos datos, cada vez son más las numerosas empresas de primer orden que se han fijado en este segmento y han implementado estrategias específicas para conquistarlo. El interés de las empresas y/o instituciones turísticas por seguir de cerca el rumbo de la comunidad gay tiene una razón adicional: este segmento de la población representa una ventana al futuro del consumo de ocio y turismo, en la medida que sus integrantes marcan el camino por el que luego transitará el gran mercado heterosexual. Por su alta penetración e influencia en cuanto a tendencias, modas y corrientes vanguardistas, se dice que el segmento LGBT es un colectivo potencial y significativo. De esta forma, las diferentes campañas y promociones que toman elementos pertenecientes al mundo LGBT y

aquellos productos hechos a medida para este colectivo, han logrado dotar a los destinos turísticos de un aire de modernidad y progreso, además de una notable rentabilidad, lo cual les genera notoriedad y es altamente valorado por la población en general. A su vez, esta evolución y progreso provoca cambios en la sociedad que generan de forma natural una mayor aceptación y normalización del segmento LGBT a nivel social, como bien muestran en sus informes y en las estadísticas de sus estudios de mercado.

**P. ¿Qué medidas cree que, tomadas por las autoridades gubernamentales correspondientes, serían beneficiosas para potenciar el turismo? ¿Y en concreto el turismo LGBT?**

**R.** Los gobiernos deberían empezar por normalizar la situación del colectivo a nivel legal y jurídico, con la finalidad de establecer la igualdad e integración social de una vez por todas. Hay un gran desequilibrio en cuanto este tema a nivel internacional, desde países en los que la situación se halla bastante normalizada, otros en los que ser del colectivo está mal visto y se lucha constantemente por esa igualdad, hasta otros países en los que ser homosexual está condenado con prisión e incluso con la pena de muerte. En definitiva, se trata de luchar por una causa y unos derechos que afectan a millones de personas en todo el mundo y que además de repercutir a nivel social y personal por no poder exponer su identidad, afectan a los ingresos procedentes del turismo, ya que el colectivo LGBT únicamente viajará a aquellos países donde se sientan aceptados, donde la situación se encuentre normalizada, haya una educación social basada en el respeto y tolerancia, y sobre todo, no haya peligro de integridad física.

**Fuente:** <https://www.grupovia.net/11-entrevistas/217-juan-julia-presidente-y-fundador-de-axel-hotels-nuestro-objetivo-es-exportar-la-marca-y-filosofia-axel-a-los-principales-destinos-lgbt-del-mundo-2>

**Última fecha de consulta: 02 de agosto 2021.**